Министерство науки и образования

Республика Казахстан

Павлодарский Университет

# Факультет «Бизнес и менеджмент»

*БИЗНЕС-ПЛАН:*

*Создание компьютерной компании ТОО «DELPHI».*

по дисциплине "Экономика предприятия"

Выполнил: студент группы ЭМП-31д

Шнайдер С. В.

Проверила: Кашук Л. И.

## г. Павлодар, 2002

### **СОДЕРЖАНИЕ:**

#### РЕЗЮМЕ…………………………………………………………………………………………………………….3 стр.

**I. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА, ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ……………………………….…. 4 стр.**

*1.1 ОСНОВНЫЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ.* ………………………………….………………………………..4 стр.

*1.2 ПОТРЕБНОСТИ РЫНКА*………………………………….…………………………………………….4 стр.

*1.3 ПОТРЕБИТЕЛИ*………………………………….………………………………………………………4 стр.*.*

*1.4 МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ*………………………………….………………………5 стр.

*1.5 СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА НА РЫНОК*……………………………………………………..……………...5 стр.

*1.6 ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ*……………………………………………..……...5 стр.

*1.7 ОЦЕНКА КОНЦЕПЦИИ БИЗНЕСА*…………………………………………………..………………...6 стр.

*1.8 ОЦЕНКА РЫНКА, ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ И ВОЗМОЖНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ.*………6 стр.

**II. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА, ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ……………………..……………9 стр.**

*2. 1 СУЩЕСТВУЮЩИЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ*………………………………………9 стр.

*2.2 ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА Г. ПАВЛОДАРА*…………………………………………………...………9 стр.

*2.3 СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА ПОТРЕБИТЕЛЮ*…………………………………….……..10 стр.

*2.4 ПОСЛЕПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ И ГАРАНТИЯ*………………………..11 стр.

*2.5 ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ*…………………………………………………………………………………..11 стр.

*2.6 РЕКЛАМА*………………………………………………………………………………………………..12 стр.

*2.7 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ*…………………………………………………………………….………..13 стр.

**III. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКЦИИ…………………………………………………………………...…………..16 стр.**

*3.1 ЗАПАСЫ ПРОДУКЦИИ*………………………………………………………………….……………..16 стр.

*3.2 ГРАФИК ПРОДАЖИ*………………………………………………………………………..…………..16 стр.

*3.3 СТРАТЕГИЯ СНАБЖЕНИЯ*………………………………………………………………...…………..16 стр.

*3.4 ПОМЕЩЕНИЯ И ОБОРУДОВАНИЕ*…………………………………………………………………..17 стр.

**IV. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН……………………………………………………………………….……..18 стр.**

*4.1 ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ФИРМЫ*……………………………………...………………..18 стр.

*4.2 ГЛАВНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ*…………………………………………..…………..19 стр.

*4.3 СТРУКТУРА СОБСТВЕННОСТИ И ИНВЕСТОРЫ*…………………………………………………..19 стр.

*4.4 ПОДБОР РАБОТНИКОВ, ФОРМА ОПЛАТЫ И МОТИВАЦИЯ ИХ ТРУДА*………………………..19 стр.

**V. ОЦЕНКА РИСКА И СТРАХОВАНИЕ……………………………………………………...………………..21 стр.**

*5.1 ВИДЫ РИСКА*……………………………………………………………………………………….…..21 стр.

*5.2 ПРОФИЛАКТИКА РИСКОВ*…………………………………………………………….……………..23 стр.

**VI. ЮРИДИЧЕСКИЙ ПЛАН……………………………………………………………………………………..25 стр.**

*6.1 ПРАВОВОЙ СТАТУС ПРЕДПРИЯТИЯ*………………………………….……………..……………..25 стр.

*6.2 РЕГИСТРАЦИЯ*……………………………………………………….………….…………………..26 стр.

**VII. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН……………………………………………………………………………………..28 стр.**

*7.1 СЕБЕСТОИМОСТЬ И ДОХОД ПО КАЖДОМУ ПРОДУКТУ*………………………………………..28 стр.

*7.2 ЗАТРАТЫ*………………………………………………………………………………………………..34 стр.

*7.3 ОБЪЕМ ПРОДАЖ*………………………………………………………………………...……………..37 стр.

*7.4 ДОХОД*…………………………………………………………………………………………….……..38 стр.

*7.5 КРЕДИТНЫЙ ПЛАН*…………………………………………………………………..………………..39 стр.

*7.6 ФОРМИРОВАНИЕ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ УСТАВНОГО ФОНДА, РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ*…………………………………………………………………………………………………...39 стр.

*7.7 ПЕРИОД ДОСТИЖЕНИЯ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ*……………………………………………………..40 стр.

***СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ*………………………………………………...……………..41 стр.**

### **РЕЗЮМЕ.**

Фирма «DELPHI», планирует работать на рынке компьютерной техники. Услуги будут предоставляться самому широкому кругу пользователей компьютерной техники: от домашних пользователей до корпоративных объединений. География услуги – г. Павлодар. Деятельность фирмы будет состоять из двух частей:

* Удовлетворение потребностей организаций и частных лиц в компьютерной технике и комплектующих. А также их последующего обслуживания, ремонта, цены по некоторым позициям будут ниже цен аналогичных компаний г. Павлодара. Комплектация и стоимость компьютерной и оргтехники будет заранее обговариваться с клиентом. Услуги по сборке компьютеров, и гарантийному обслуживанию для заказчика, будут бесплатными. Специалисты фирмы по заказу будут заниматься разработкой и монтажом корпоративных компьютерных сетей.
* Услуги по внедрению и последующему сопровождению широкого спектра программного обеспечения. Важнейшими конкурентными преимуществами компании является достаточно низкая цена ее услуг (не выше услуг аналогичных компаний г. Павлодара), гибкая ценовая политика и всё это при высоком качестве сервиса. В ТОО «DELPHI» , клиент сможет получить любое сервисное обслуживание оргтехники, а также решить проблемы, возникающие в процессе эксплуатации программного обеспечения.

Проект планируется реализовывать в самом долгосрочном периоде. Возможно, что уже в будущем будут открыты филиалы по продаже и сервисному обслуживанию в других городах Павлодарской области, что сулит еще больший доход и позволит усилить свое положение на рынке.

***I. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА, ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.***

*1.1 ОСНОВНЫЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ.*

Фирма ТОО «DELPHI» предлагает следующие товары и услуги:

* Компьютерная техника и комплектующие (материнские платы, процессоры, модули памяти, жесткие диски, interface card, видеоадаптеры, мониторы, принтеры, сканеры, копировальные аппараты, сетевое оборудование, источники бесперебойного питания, мультимедиа, zip drive, игровые устройства, аксессуары, расходные материалы).
* Готовые компьютерные системы (компьютеры для офиса, компьютеры для игр и развлечений, рабочие станции).
* Услуги (диагностика компьютера, переустановка операционной системы, вызов специалиста, подключение внешних устройств, установка и настройка модема, подготовка жесткого диска к работе, модернизация компьютера, заправка картриджей на лазерные принтеры, перепрошивка BIOS, материнских плат, запись на CD-R, профилактика принтера, компьютера, ремонт монитора, компьютера, принтера).
* Программное обеспечение (видео, музыка, игры, обучающие программы, прочие программы).

*1.2 ПОТРЕБНОСТИ РЫНКА.*

На сегодняшний день рынок компьютерной техники еще недостаточно развит. Компьютеры активно вошли в нашу повседневную жизнь и во все сферы бизнеса. Пользование компьютерами становиться одним из перспективных направлений в нашем регионе. Например: компьютеризация сельских и городских школ, вузов, предприятий, бюджетных организаций и т.д.

Количество компьютеров в Казахстане и в Павлодарской области неуклонно растет год от года. На сегодняшний день практически ни одна организация не обходится без применения компьютерной техники. Компьютеры и оргтехника очень широко используются в организациях для решения повседневных вопросов ведения бизнеса. Любой организации для ведения бизнеса требуется оргтехника. В зависимости от размера организации, ей требуется от одного компьютера до сотен. Также организациям будет нужна сопутствующая оргтехника: (принтеры, сканеры, плоттеры, ксероксы, факсы, сетевое оборудование). А оргтехника, как и любая другая техника, потребует обслуживания и ремонта, чем и будет заниматься ТОО «DELPHI».

Дома и на работе компьютер используется для разных целей. Начиная от игр и развлечений и заканчивая высокоточными инженерными исследованиями. Современное программного обеспечение и мультимедиа-приложения довольно требовательны к аппаратным средствам компьютера. Так, например, для работы с программой Corеl Draw 10 требуется (минимальные требования) Intel Pentium 200 MHz, Ram 64, Video 1 Мb. А для игры «Return to castle Wolfenstein» уже будет нужен Intel Pentium III 500 MHz , Ram 64, Video 16. Это означает, что у владельцев компьютеров есть постоянная потребность в модернизации. В среднем же модернизация делается 2 раза в год. Услуги по модернизации компьютеров (как домашних компьютеров, так и компьютерной техники корпоративных пользователей) также будет осуществлять фирма «DELPHI».

Причина уверенности в успехе данного начинания – это постоянно увеличивающаяся потребность организаций и физических лиц в оргтехнике, лицензионном программном обеспечении, качественном сервисном обслуживании и модернизации. Поэтому компьютеры и комплектующие к ним пользуются большим спросом на потребительском рынке. А в перспективе они будут востребованы еще больше.

*1.3 ПОТРЕБИТЕЛИ.*

Покупателями товаров фирмы будет любые организации и частные лица.

Услуги также будут предоставляться самому широкому кругу пользователей компьютерной и оргтехники: от физических лиц до корпоративных объединений. В состав юридических лиц входят: предприятия торговли и сферы услуг, промышленные предприятия, предприятия бюджетной сферы.

В том числе:

* Школы и другие учебные заведения,
* Государственные учреждения,
* Медицинские учреждения,
* Силовые и контролирующие органы,
* Прочие.

В состав физических лиц входит:

* Школьники,
* Студенты,
* Программисты,
* Коммерсанты,
* Бизнесмены,
* Другие.

*1.4 МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.*

Фирма «DELPHI» создается в виде общества с ограниченной ответственностью. Фирма будет располагаться в двух трехкомнатных квартирах на первом этаже, которая будет переделана под офис. Размещение фирмы – г. Павлодар ул. Каирбаева 90. В одной будет офис, а во второй будет склад.

*1.5 СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА НА РЫНОК.*

Фирма «DELPHI» для выхода на потребительский рынок будет использовать две стратегии. Первая – это стратегия низких цен. Это означает, что цена на продукцию и услуги будут ниже по сравнению с ценами аналогичных компаний г. Павлодара, что поможет конкурировать на рынке, а также привлечет клиентов. И вторая – стратегия дифференцированного маркетинга. Она означает, что компания будет ориентирована на две категории населения – это граждане с высоким и средним уровнем дохода. Например: процессоры – AMD K7 Duron 750 Mhz – 48 $ (для потребителя со средним доходом), Intel® Pentium®-4 2000 Mhz – 373 $ (для потребителя с высоким доходом).

*1.6 ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ.*

Потребительские качества оказываемых услуг и продукции определяются требованиями пользователей, как для услуг, так и для товаров компании. Они определяются:

Для продукции:

* Качество,
* Относительно невысокая цена,
* Гарантия,
* Система скидок,
* Безопасность для здоровья.

Для услуг:

* Удобным и качественным сервисом,
* Невысокой ценой,
* Системой скидок,

А также потребителям хотелось бы, чтобы у фирмы был собственный сайт в интернете, где клиенты могли бы ознакомиться и получить информацию о продукции и услугах. Учитывая всё это, фирма считает, что эти требования выполнимы и будет придерживаться их. А так как была выбрана стратегия дифференцированного маркетинга, то будут продаваться продукция двух видов: фирменная (Brand) и нефирменная (Nobrand), и соответственно цены среднего и низкого уровня. В виду качественного различия продукции Brand-ов и Nobrand-ов. То есть комплектующие практически одни и те же, только одни делала зарекомендовавшая себя фирма, следящая за качеством своей продукции, а другие – никому не известная. Например: высококачественная продукция от «ASUS» и среднего качества от неизвестной «SPARKLE». Продаваемая продукция будет в основном из Китая, Малайзии, Сингапура, Таиланда и Индонезии по двум причинам:

1) Она намного дешевле своих аналогов из Японии и США при том же качестве.

2) Цена её доставки будет ниже.

*1.7 ОЦЕНКА КОНЦЕПЦИИ БИЗНЕСА.*

Философия фирмы:

Благодарим Вас за то, что вы обратились именно к нам! Мы поможем Вам в области наладки и эксплуатации компьютеров и компьютерной техники. Мы подберем технику именно для Ваших нужд, установим ее, и будем поддерживать в рабочем состоянии максимально долгий срок и с минимальными для Вас затратами. Наша фирма позволит осуществить индивидуальный подход к каждому клиенту. Надеемся, что наше сотрудничество будет долгим и плодотворным!

Экологическая безопасность:

В ТОО «DELPHI» компьютерная техника будет подтверждено сертификатом КСС № 0415871 в соответствии с экологической безопасностью, а также требованиям санитарных норм республики Казахстан. Все новое оборудование, которое будет продавать фирма, будет иметь сертификат соответствия международному стандарту безопасности «MPR II»,а также вся новая техника будет обеспечена сертификатами соответствия новому шведскому стандарту безопасности «ТСО – 99».

Сертификаты соответствия мировым санитарным нормам будут предоставлены фирмами - поставщиками техники.

*1.8 ОЦЕНКА РЫНКА, ОБЪЕМЫ ПРОДАЖ И ВОЗМОЖНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ.*

Сегодня рынок компьютерной и оргтехники в г. Павлодаре не достаточно насыщен товарами данного направления. Это будет способствовать успешной реализации продукции на рынке города.

Изменения на данном рынке могут происходить под воздействием следующих внешних факторов:

изменения, происходящие на валютном рынке (могут быть как отрицательными, так и положительными):

* предпочтения потребителей, связанные с выпуском более совершенного оборудования и модификаций (положительные, так как фирма «DELPHI» будет первой реагировать на появление новинок. Однако, на широкое распространение нового вида продукции, как показал опыт предыдущих лет, уходит достаточно много времени: 4-6 лет, как это было с CD-ROM);
* цены на товары-заменители (аналоговые видеокамеры, видеомагнитофоны, радиоприемники, телевизоры и т.д.): (положительные, так как цены на эти товары падают медленнее, чем на компьютерную технику) Например: замена телевизора TV-Tuner-ом;

Так же нужно обратить внимание на внутренние факторы, оказывающие влияние на состояние данного рынка:

* конкуренция (отрицательный);
* изменение внутреннего состава участников рынка (отрицательный, хотя может быть и положительным);
* изменение числа покупателей (положительный, ввиду роста интереса к продукции);
* изменение дохода потребителей (положительный по причине улучшения благосостояния наших граждан);

Все это приводит к постоянным изменениям на данном рынке, что постоянно способствует качественному улучшению состава участников и как следствие постоянное улучшение и расширение ассортимента и номенклатуры продукции, а так же расширению разнообразия услуг, предоставляемых совместно с предлагаемым товаром.

Для оценки объемов продаж компьютеров для компании «DELPHI» нужно провести прогнозирование. Оно проводится на реальных данных предыдущих лет, но возможны и определенные отклонения от прогноза, расчет которого приведен ниже.

Оптимистический прогноз рассчитывается таким образом: O=количество продаваемых в день компьютеров умноженное на количество дней в месяц (например. 27)=9\*27=243 шт./месяц.

Наиболее вероятный прогноз: M=7\*27=189 шт./месяц.

Пессимистическая оценка прогноза сбыта: P=6\*27=162 шт./месяц. Так как количество продаваемых в день компьютеров колеблется от 0…10 и выше, бралось среднее количество, то есть количество продаваемых за 1 месяц деленное на 30 дней. Теперь можно рассчитать ожидаемое значение прогноза сбыта (EP) по формуле:EP===194 шт./месяц



Стандартное отклонение определяется по формуле:CO===14 шт./месяц



Следовательно, вероятное значение переменной прогноза сбыта (вероятность 95%) будет находиться в пределах: EP+-2\*CO=(194+-14) шт./месяц.

Что же касается продажи компьютерной техники по г. Павлодару, то это можно просмотреть в таблице № 1, где приводится статистика покупки компьютеров в 1998 – 2001 гг. На рисунке 1 наглядно показано увеличение объема продаж компьютеров и оргтехники. (Данные были предоставлены некоторыми компьютерными фирмами г. Павлодара). Прогнозирование роста продаж производилось с помощью методов анализа временных рядов и экстраполяции. В результате вычислений было получено уравнение вида y = 2100 × x × kx + 8700, где y – численность населения, х - год (коэффициент детерминации k составляет 105%). Например, для 2002 года: y=2100 × 2 × 1,052 +8700=13250. Отклонения для пессимистического и оптимистического прогноза составляют 10%.

Таблица № 1.

Статистика по продаже компьютеров.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Года | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 | 2002\* | 2003\* |
| Количество проданных компьютеров, штук  \* - прогноз. | 4200 | 6800 | 8700 | 10500 | 11925 -14575 | 14394 -17592 |

Рисунок № 1. Количество проданных компьютеров по г. Павлодару.



Если экономическая ситуация на компьютерном рынке сохранит такую тенденцию, а также не произойдет изменения внешних или внутренних факторов (например: изменения на валютном рынке), то существует вероятность увеличения объема продаж компьютеров от 12000 до 15000 штук и более. Так как рынок не заполнен на все 100%, заполнение составляет около 60 %.

Компьютер в будущем займет такое же место, как сегодня телевизор. То есть будет присутствовать почти в каждой семье, на каждом рабочем месте. Что свою очередь сулит еще большие прибыли, если учесть то, что в г. Павлодаре сейчас проживают около 350 тыс. человек.

***II. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА, ЦЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.***

*2. 1 СУЩЕСТВУЮЩИЕ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ.*

Продажа компьютерной и оргтехники – это отрасль, которая генерирует объем услуг, эквивалентный сотням миллионов долларов. Компьютеры используют дома сегодня более 400 тысяч казахстанцев, это не считая использования компьютеров на работе. Отрасль активно развивается, проникая в различные сферы деятельности. Этот бизнес отличается отсутствием какой бы то ни было сезонности, что делает его особенно привлекательным. В любое время года число клиентов всегда стабильно, хотя могут происходить незначительные колебания, которые никак не зависят от сезона.

Входными барьерами в отрасль можно считать следующие:

* экономия на поставках (состоявшиеся фирмы имеют гораздо надёжные каналы доставок, нежели начинающие, а соответственно и издержки),
* приверженность пользователей компаниям, которые их более или менее устраивают, или с которыми они работали с самого начала. Нежелание экспериментировать с другими фирмами.

Рынок сбыта товаров и услуг будет Павлодар и возможно в будущем некоторые города павлодарской области. Численность домашних владельцев компьютеров в Павлодаре оценивается в 34 тыс. человек, что составляет 9,7 % от общего числа павлодарцев. В этой группе, представители рабочего класса и пенсионеры в числе владельцев компьютеров практически отсутствуют. Людей с относительно высоким доходом среди пользователей домашних компьютеров почти вдвое больше, чем со средним, и в четыре с лишним раза больше, чем с низким. Это говорит о некоторой дороговизне компьютерной техники, которая является пока в глазах преобладающей массы людей роскошью.

Каков потенциал нашего рынка? Статистика показывает, компьютеризация Казахстана стремительно увеличивается. За последние 1,5 года число владельцев компьютеров увеличилась более чем в 2 раза, что говорит о больших перспективах для развития нашего бизнеса. Потенциал павлодарского рынка можно оценить в 50-60 тысяч человек. Статистические данные были собраны путем опроса продавцов компьютерных компаний, а также благодаря информации предоставленной Областным управлением по статистике и анализу информации.

*2.2 ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА Г. ПАВЛОДАРА.*

В ходе маркетинговых исследований было установлено, что клиентами города Павлодара является частные организации, государственные организации и физические лица.

Сегментация потребительского рынка по объему продаваемой продукции для организаций и для частных лиц представлена на рисунке № 2.



Рисунок № 2. Сегментация рынка по объему продаваемой продукции.

По форме собственности все организации города делятся на частную собственность (70 %) и государственные организации (30%). Сегментация потребительского рынка по количеству покупателей для организаций и для частных лиц представлена на рисунке № 3.



Рисунок № 3. Сегментация рынка по количеству покупателей.

По возрастным категориям частных лиц была произведена сег­ментация следующим образом:

* до 20 лет (12%);
* с 20 до 40 лет (64%);
* с 40 до 60 лет (22%);
* с 60 до 80 лет (2%).

Все данные были предоставлены компьютерными компаниями (Интерлэнд, Фэнтези, Ром) в ходе личного интервью с продавцами.

*2.3 СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА ПОТРЕБИТЕЛЮ.*

Компания «DELPHI» будет заниматься розничной и мелкооптовой продажей компьютерной техники и комплектующих. Также, в виду того, что в условиях современного рынка Казахстана с ростом числа конкури­рующих организаций существенно возрастает роль и значение мар­кетинговых подходов в организации и продвижении услуг и товаров на рынке. Существенно возрастает роль и значение деятельности по фор­мированию благоприятных для фирмы отношений с общественно­стью («public relation»), а также целенаправленных и широко­масштабных рекламных компаний. В условиях наличия выбора предпочитают иметь дело с тем, кого хорошо знают и чья репутация не вызывает сомнений.

Исходя из вышеизложенного сформулирую предложения по проведению работ в области маркетинговых мероприятий и по стимулированию сбыта:

1) политика обслуживания;

2) политика ценообразования (рассмотрено в разделе Ценообразование);

3) система скидок:

* ценовых- праздничных и мелкооптовых, скидки на докупаемое оборудование, скидки постоянным клиентам,
* неценовых-подарки при покупке компьютеров (компакт-диски, Интернет-карты, программное обеспечение).

4) создание прайс-листов;

5) Public relations:

* определение границ общественной приемлемости цены и ка­чества услуг;
* объективность рекламы;
* стиль работы и поведения работников компании;

6) создание фирменного стиля.

Очевидно, что хотя с точки зрения практики маркетинга это ми­нимально необходимый объем действий, все же его реализация по­требует значительных затрат и времени, поэтому необходимо выде­лить из перечисленного те мероприятия, которые наиболее необхо­димы, и начать с их реализации (ограничив затраты на проведение маркетинговых мероприятий). И поэтому самыми важными мероприятиями будут: политика ценообразования, объективность рекламы и создание прайс-листов.

*2.4 ПОСЛЕПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ И ГАРАНТИЯ.*

Каждый клиент купивший новую компьютерную и оргтехнику получает гарантию на определенный срок. А именно: на опломбированные системные блоки 3 года, на комплектующие и системные блоки без пломб (в том числе и б.у.) 1 год. Гарантийное обслуживание производится при соблюдении покупателем нижеследующих условий:

Гарантийное обслуживание предоставляется при предъявлении гарантийного талона. Фирма «DELPHI» гарантирует высокое качество продаваемой продукции, при условии соблюдения всех технических требований и правил эксплуатации. На расходные материалы (картриджи, дискеты, бумага, и т. п.) гарантия не распространяется. Замена или гарантийный ремонт осуществляется только в том случае, когда возвращена вся документация, драйверы и оригинальная упаковка на данное оборудование. Фирма может отказать в гарантии в следующих случаях:

При нарушении пломб фирмы «DELPHI», или пломб предприятия изготовителя оборудования.

* При наличии физических повреждений оборудования.
* При запыленности или загрязненности изделия.
* При повреждении по вине электросети.
* При несоответствии номеров (или их отсутствии) оборудования и номеров, записанных в гарантийном талоне.
* При проведении самостоятельного ремонта.
* При модернизации в иной фирме.

Фирма не несет ответственности за программно – аппаратную совместимость своей продукции с изделиями приобретенными в других организациях.

Гарантия не распространяется на повреждение аппаратной или программной части в результате действия вирусов или неправильной эксплуатации.

Гарантия не распространяется на ущерб, причиненный другому оборудованию, расположенному в сопряжении с данным изделием.

Запрещается переформатирование жесткого диска (HDD) на низком уровне.

Все дефекты, появившиеся в результате некорректной эксплуатации, транспортировки или установке, проведенной несоблюдением указаний руководства по эксплуатации, не подлежит устранению в рамках гарантийного обслуживания, и могут быть устранены по действующим тарифам.

Правила установки и эксплуатации компьютеров:

При установке компьютера необходимо обеспечить нормальную вентиляцию процессора и монитора. Подключение к электрической сети должно производиться через источники бесперебойного питания или через сетевые фильтры с заземлением. Доставка неисправного оборудования возлагается на клиента. Клиент самостоятельно забирает отремонтированное оборудование. Транспортные расходы по транспортировке оборудования и ответственность за возможные его повреждения при транспортировке возлагается на клиента. Во избежании возможных повреждений при транспортировке рекомендуется его перевозка в оригинальной упаковке фирмы. Дополнительные затраты, связанные с обслуживанием, выездом к клиенту оцениваются отдельно.

*2.5 ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.*

Сформулируем три основные цели ценообразования, которые являются наиболее важными создаваемой фирмы:

* поддержание имиджа;
* получение максимальной прибыли;
* стать лидером по качеству услуг (оргтехника и программы).

Исходя из целей, будем придерживаться стратегии: высокое качество — приемлемая цена. Первоначально цена будет устанавливаться исходя из сущест­вующих на сегодня цен на рынке оргтехники и программного обеспечения г. Павлодара.

Ценовая политика будет базироваться не на получении основной прибыли за счет увеличения цены услуг, а на получении прибыли за счет уменьшения входной цены на расходные материалы, комплектующие и программное обеспечение. Входная цена для ТОО «DELPHI» на расходные материалы, комплектующие и программное обеспечение будет снижена за счет заключения дилерских договоров с крупными фирмами – поставщиками. При заключении дилерских и партнерских соглашений с поставщиками, входная цена на расходные материалы, комплектующие будет снижена на 20 – 40%. Входные цены на программное обеспечение для фирмы будет снижена на 40 – 65%. Цена услуг ТОО «DELPHI» по ремонту техники и ее сервисному обслуживанию будет определена исходя из цены аналогичных услуг по г. Павлодару.

Также для получения максимальной прибыли фирма будет производит расчет цены по методу «средние издержки + доход». Этот метод заключается в начислении определенной наценки на себестоимость товара. Наценка будет составлять около 30 – 50% от себестоимости товара. Такая наценка на товар будет давать цену равную примерно среднему уровню цен на рынке, который максимизирует доход, и довольно низкую по сравнению с ценами на аналогичные товары в конкурирующих фирмах.

В дальнейшем на основании маркетинговых исследований пред­полагается возможное повышение цен на основе определения эластичности (чув­ствительности) спроса на данные виды услуг, в т.ч. в зависимости от:

* присутствия на рынке аналогичных услуг конкурентов (в т.ч. низкого качества);
* возможной реакции потребителей на относительно небольшое либо большое изменение цен, связанное с изменением (либо без из­менений) качества услуг.

Будет также рассмотрен вопрос о предоставлении ски­док постоянным клиентам на уровне 3-10 %.

*2.6 РЕКЛАМА.*

Для продвижения товара на рынок необходим комплекс маркетинговых коммуникаций (комплекса стимулирования), состоящего из четырех основных средств воздействия:

* рекламы,
* стимулирование сбыта,
* пропаганды,
* личной продажи.

Как и любая другая компания, наша фирма должна иметь свое лицо. То есть имидж, который характеризовал бы ее. Для создания благоприятного имиджа необходимо прежде всего уделить огромное внимание на подбор квалифицированных кадров. Так как, придя в ТОО «DELPHI» клиент, прежде всего, столкнется с продавцом, от его компетенции, коммуникабельности, приветливости и готовности помочь в выборе зависит то, с каким впечатлением уйдет клиент и вернется ли он еще раз, чтобы осуществить покупку.

Имидж фирмы будет также формироваться и из номенклатуры, ассортимента и качества продаваемых товаров. В сознании клиентов должен возникнуть образ симпатичного магазина, удобного для покупок, торгующего качественными, оригинальными товарами и с доступными ценами. В частности для этого может помочь и реклама. Реклама будет носить информативный характер, так как компания новая и потребители ничего не знают о ней. К тому же она будет строиться на гарантии лучшего обслуживания, невысоких цен и высокого качества.

Наиболее эффективным средством является реклама в средствах СМИ, то есть в газетах и на местном телевидении. Также необходима вывеска — неотъемлемая часть любого магазина. Щит с названием магазина, состоящий из светящихся объемных букв. На размещение вывески или другой наружной рекламы требуется разрешение городского комитета по архитектуре.Можно также «разукрасить» рекламой борта микроавтобусов, курсирующих в районе, где расположен магазин.

*2.7 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ.*

В настоящее время в г. Павлодаре существуют семь фирм работающих на рынке компьютерной и оргтехники. В тоже время нельзя выделить очень крупные компании, они либо мелкие, либо средние. Все они были исследованы, кроме компьютерного центра «Отрар» в связи с нежеланием продавца предоставить информацию, ссылаясь на занятость. Использовался метод прямого опроса. А также был использован личный пятилетний опыт работы в сфере информационных технологий в г. Павлодаре некоторых специалистов и пользователей компьютерной техники. Приведенные ниже таблицы 2 и 3 содержат информацию, полученную в ходе обследования компьютерных фирм г. Павлодара.

Таблица № 2.

Сравнительный анализ конкурентов (где, 0….5 количество баллов).

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название фирм | Формы конкурентоспособности | | | | | | | |
| Качество продукции (A) | Ассортимент (B) | Ценовая политика\* | Условия кредита (D) | Реклама (E) | Гарантия (F) | Обслуживание (G) | Общий балл (Z) |
| (С) |
| 1 | Програмсервис | 5 | 1,5 | 3,0 | – | – | 5 | 5 | 3.2 |
| 2 | Интерлэнд | 4,5 | 3,1 | 3,7 | 4,5 | – | 4,5 | 3,0 | 3.1 |
| 3 | Уникод | 4,1 | 4,0 | 3,7 | 3,0 | 0,8 | 4,5 | 2,9 | 3.5 |
| 4 | Фэнтези | 3,0 | 1,8 | 4,0 | 4,7 | 2,2 | 4,5 | 2,6 | 3.2 |
| 5 | Ром | 3,9 | 3,5 | 4,0 | 4,5 | 1,8 | 2,0 | 2,6 | 3.3 |
| 6 | Компьютерная свалка | 3,2 | 2,8 | 4,5 | – | – | 1,0 | 1,0 | 2.6 |

\*– чем больше балл, тем ниже цена. В остальных случаях все наоборот, то есть чем выше бал, тем лучше оценка фирмы. Максимальное количество – 5 баллов, минимальное – 0 баллов, прочерк означает отсутствие данной услуги или информации. Общий балл подсчитывался, учитывая вес каждой категории – 5 для ценовой политики, 4 для ассортимента и качества продукции, по3 для категорий гарантии и обслуживания, 2 для рекламы и1 для условий кредита.

Z= , где 22 – сумма всех весов.



Из таблицы видно, что основные недостатки конкурентов: это небольшой ассортимент, низкое качество обслуживания и практически полное отсутствие рекламы. В некоторых фирмах завышены цены на продукцию и сама она недостаточно качественная. А раз ассортимент маленький, то это сказывается на клиентах, так как той продукции которой нужно, в их прайс-листах нет. Продавцы предлагают подождать или сделать спецзаказ, при этом могут потерять клиентов. Так как все фирмы работают с ограниченным количеством поставщиков, то в основном берут товар на реализацию. Некоторые компании, пользуясь тем, что у них уже есть постоянные клиенты, просто могут не обратить внимания на новые потребности, при этом, теряя прибыль, руководствуясь принципом «что есть то и купят». Основное преимущество практически всех конкурентов заключается в том, что они уже достаточно долгое время существуют на данном рынке. Есть постоянные клиенты. Большинство фирм сосредоточены в одном районе города в центре (район улицы Дзержинского) – «Ром», «Фэнтези», «Компьютерная свалка», «Интерлэнд»; Торайгырова – «Програмсервис»; Лермонтова – «Уникод» или же слишком удалены от центра «Отрар» (район Алюминстроя).

Таблица № 3.

Анализ конкурентов по уровню цен.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Програмсервис  (цена $) | Интерлэнд (цена $) | Уникод (цена $) | Фэнтези (цена $) | Ром (цена $) | Компьютерная свалка  (цена $) |
| Процессор: Intel® Pentium® III 800 Mhz | 135 | 134 | 125 | 133 | 137 | 120 |
| Видеоадаптер: Card AGP GeForce 2 MX 400 64 Mb | 68 | 69 | 65 | 65 | 67 | – |
| Модуль памяти: DIMM 256 Mb | 71 | 67 | 65 | 69 | 66 | 63 |
| Лазерный принтер: Hewlett Packard LaserJet 1200 | 367 | 375 | 355 | 355 | 354 | – |
| Монитор: 17” CTX PR705F SONY FD Trinitron | 330 | 310 | 325 | 363 | 337 | – |

Результаты таблицы показывает, как происходит ценовая конкуренция среди фирм. Компании стараются держать примерно на одинаковом уровне цены. Колебания в цене незначительные. Правда, в «Компьютерной свалке» могут предложить продукцию дешевле, чем в остальных компьютерных компаниях. Но при этом можно потерять на качестве и гарантии. Также существует опасность, что «железо» может быть разогнанным, либо не соответствовать заявленному фирмой качеству.

Главным нашим преимуществом является местонахождение нашей торговой точки – по улице Каирбаева нет ни одного конкурента. Второй плюс – это близкое расположение к улице Кутузова. А также не придется брать в аренду или покупать помещение, так как под офис и торговый павильон, склад будут переделана две трехкомнатные квартиры, расположены на первом этаже. Что в свою очередь позволит сэкономить денежные средства.

Таблица № 4.

Сильные и слабые стороны проекта.

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны | Слабые стороны |
| 1. Месторасположение офиса. | 1. Нет постоянных клиентов. |
| 2. Возможность предоставления в будущем новых видов услуг без изменения помещения. | 2. Отсутствие известности и репутации. |
| 3. Сотрудничество фирмы с известными поставщиками оргтехники и программного обеспечения. | 3. Отсутствие большого места для парковки для автомобилей. |
| 4. Гибкая ценовая политика фирмы. |  |
| 5. Соседство с филиалом «Народного банка». |  |
| 6. Удобный проезд. |  |
| 7. Наличие коммуникаций. |  |
| 8. Система безопасности. |  |
| 9. Полный комплекс услуг по обслуживанию оргтехники: «железо+программное обеспечение+сервисное обслуживание». |  |
| 9. Собственное помещение под офис. |  |

Как видно из таблицы сильные стороны преобладают над слабыми, из чего можно сделать вывод, что фирма сможет войти и выжить на рынке продажи и сервисного обслуживания оргтехники города Павлодара.

***III. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКЦИИ.***

* 1. *ЗАПАСЫ ПРОДУКЦИИ.*

Фирма предполагает купить расположенную по соседству квартиру для использования её в качестве склада. Поставки будут осуществляться один раз в месяц. Исходя из интервала между поставками, объем запасов будет равен месячному объему продаж компьютеров и сопутствующей техники.

* 1. *ГРАФИК ПРОДАЖИ.*



Рисунок № 4 «Объем продаж».

* 1. *СТРАТЕГИЯ СНАБЖЕНИЯ.*

Обязанностью каждого поставщика является своевременная поставка заказанных товаров в необходимых количествах. Как правило, товары будут приобретаться у поставщика в кредит, то есть сбыт будет опережать покупки. Однако до заключения партнерских соглашений оплата за товары будет производиться до его поставки.

В качестве поставщиков выбраны фирмы Новосибирска (для оргтехники и комплектующих) и г. Москвы (для программного обеспечения и литературы). Эти фирмы были выбраны из-за низкой стоимости товара и географической близости Новосибирска и легкости транспортировки товаров из Москвы. После заключении дилерских и партнерских соглашений с поставщиками, входная цена на расходные материалы и комплектующие будет снижена на 20 – 40%. Входные цены на программное обеспечение для фирмы будет снижена на 40 – 65%. Начальный список поставщиков оборудования и услуг представлен в таблице № 5.

Таблица №5.

Список поставщиков.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование оборудования /услуги | Поставщик | Объем скидок для ТОО «DELPHI» в % относительно рыночной цены |
| Расходные материалы, оргтехника, комплектующие | Компания «Нонолет КиТ», г. Новосибирск | 15 - 20% |
| Расходные материалы, оргтехника, комплектующие | Компания «Группа Квеста», г. Новосибирск | 15 – 25% |
| Расходные материалы, оргтехника, комплектующие | Компания «Диона Компьютер», г. Новосибирск | 20 – 35% |
| Расходные материалы, оргтехника, комплектующие | Компания «Арси-Ситек», г. Новосибирск | 20 – 30% |
| Программное обеспечение  1С | Компания «1С», г. Москва | 40 – 65% |
| Программное обеспечение  БЭСТ | ЗАО «ИНТЕЛЛЕКТ-СЕРВИС», г. Москва | 40 – 65% |
| Программное обеспечение семейства  КонсультантПлюс | НПО “Вычислительная математика и информатика”, г. Москва | 40 – 65% |

* 1. *ПОМЕЩЕНИЯ И ОБОРУДОВАНИЕ.*

Площадь помещения под офис и торговый зал – 65 кв. метров. Помещение под склад - 70 кв. метров. Планируется использование следующего оборудования:

* Кассовый аппарат Mini 600;
* 2 компьютера Athlon;
* принтер;
* телефон, факс – модем;
* кондиционер;
* офисная мебель;
* витрины, световая рекламная вывеска;
* специальное оборудование;
* сигнализация.

***IV. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН.***

*4.1 ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ФИРМЫ.*

Планируется следующая схема управления фирмой:

Директор

Технический инженер

Продавец - консультант

Менеджер - товаровед

Сторож, 2 человека

Уборщица

Менеджер по снабжению

Технический инженер

Продавец - консультант

Грузчик

Рисунок № 5. Организационная структура управления предприятием.

На схеме сплошными линиями показаны взаимодействия непосредственного подчинения, точками – функциональные взаимосвязи, которые носят непрямой, рекомендательный характер. Общая численность работников – 11 человек. График работы: Фирма должна работать шесть дней в неделю с 10 до 19 часов, выходной — понедельник. Обед – с 14-15 часов.

Полномочия учредительного собрания и директора общества будет определяться уставом общества.

К функциям директора относятся:

* ведение бухгалтерского и налогового учета в соответствии с национальными стандартами и нормативными актами, действующими в РК;
* предоставление налоговой и финансовой отчетности в сроки и органы, установленные действующим законодательством;
* набор персонала.

К функциям менеджера-товароведа относятся:

* является заместителем главного бухгалтера;
* мониторинг, анализ и планирование текущей деятельности предприятия;
* планирование и управление запасами предприятия;
* предоставление ежегодного отчета обществу.

К функциям технических инженеров относятся:

* выполнение заказов по ремонту оргтехники;
* сборка компьютеров и оргтехники;
* работа по вызовам клиентов;
* технические консультации пользователей;
* выполнение заказов по установке и настройке программного обеспечения в фирме и непосредственно у клиента.

К функциям менеджера по снабжению относиться:

* налаживание торговых связей;
* закупка и сопровождение товаров;
* заключение договоров и контрактов.

*4.2 ГЛАВНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ.*

Директором фирмы будет являться Шенфельд Виталий Юрьевич, имеющий несколько образований разного профиля: среднетехническое по специальности «регулировщик радиоаппаратуры и приборов», среднетехническое образование по специальности «экономист-юрист», высшее образование по специальности «менеджер».

Обладает большим опытом работы по обслуживанию компьютеров и оргтехники. С 1995 года работал в различных организациях г. Павлодара. Наиболее крупные объединения – места работы:

«Войсковая часть 053 г. Семипалатинск». Выполняемые функции и обязанности: системный администратор, настройка, обслуживание и ремонт оргтехники.

Интернет-кафе «Кайрос-Инком» г. Павлодар. Выполняемые функции и обязанности: системный администратор.

Павлодарский НПЗ. Выполняемые функции и обязанности: системный администратор, настройка и поддержание в рабочем состоянии компьютерной бухгалтерии, обслуживание и ремонт оргтехники.

*4.3 СТРУКТУРА СОБСТВЕННОСТИ И ИНВЕСТОРЫ.*

Исходя из потребности в капитале и условий создания частных предприятий и хозяйственных обществ в Казахстане, регулируемых законами РК «О предприятиях» и «О хозяйственных обществах», наиболее приемлемой организационной формой предприятия для данного проекта является товарищество с ограниченной ответственностью.

Учредителями Товарищества с ограниченной ответственностью, в соответствии с учредительным договором выступают:

Шенфельд В.Ю.- 45% от суммы заявленного уставного фонда;

Петров А. В. – 25% от суммы заявленного уставного фонда;

Сидоров М. В. – 15% от суммы заявленного уставного фонда;

Иванов О.В. –15% от суммы заявленного уставного фонда.

Шенфельд В.Ю., Сидоров М. В. и Иванов О.В. имеют высшее техническое образование и значительный опыт работы в этой сфере, Петров А. В. имеет высшее экономическое образование. Таким образом, такая стратегия создания фирмы позволит на первом этапе ее существования обеспечить ее эффективное управление и контроль над деятельностью.

Структурные подразделения фирмы:

* Главный офис – торговый павильон;
* Склад.

*4.4 ПОДБОР РАБОТНИКОВ, ФОРМА ОПЛАТЫ И МОТИВАЦИЯ ИХ ТРУДА.*

Критерии подбора персонала будут следующими:

Продавцы - на эту роль больше подходят женщины, оптимальный возраст -22-27 лет**.** Наличие у претендента хотя бы среднего специального, а еще лучше — высшего технического образования, т.к. высшее образование помогает продавцу общаться с покупателем на достойном уровне; умение работать на персональном компьютере. Также важны коммуникабельность, привлекательность и опыт работы.

Менеджер-товаровед – высшее экономическое образование, большой опыт работы. Возраст от 30 до 45 лет. Также желательно высшее техническое образование.

Таким образом, найм сотрудников будет производиться на конкурсной основе с учетом личных качеств и опыта работы.

Испытательный срок: Новичков принимают на работу, как правило, с испытательным сроком — в среднем два-три месяца. Во время испытательного срока продавец должен изучить технические характеристики и особенности всей компьютерной техники, а также научиться грамотно, общаться с покупателем. Причем последнее не менее важно, чем знание техники — вопросы покупателя предугадать невозможно, а от ответа продавца в значительной степени зависит, приобретет ли покупатель ту или иную технику.

Решение о профпригодности продавца принимается не в конце испытательного срока, а в течение его. Директор магазина время от времени проверяет, насколько хорошо продавец запомнил технические характеристики. Оценить умение грамотно общаться с покупателем можно через количество проданной техники. Оценить стремление к труду еще проще. Для этого директору достаточно время от времени выходить в торговый зал. Если посетители магазина и продавец находятся вдали друг от друга, такому сотруднику лучше быстрее дать "от ворот поворот".

Компания в процессе реализации проекта планирует уделить особое внимание системе оплаты труда сотрудников фирмы, поскольку ее эффективность и гибкость является основой высокого качества обслуживания потребителей. Разрабатываемая система вознаграждения будет реализовываться до начала технического переоснащения, это позволит избежать различных ошибок в период реализации проекта. Однако полностью данная система будет использована компанией только после открытия магазина после реконструкции и окончании мероприятий набору кадров.

При найме персонала с ними будут заключены контракты сроком на один год. В них, в частности, будет оговариваться условие, что если со стороны работника будет нарушен или не будет выполняться хотя бы один пункт контракта, то работодатель вправе уволить работника.

***V. ОЦЕНКА РИСКА И СТРАХОВАНИЕ.***

*5.1 ВИДЫ РИСКА.*

Для оценки риска проекта использовалась методика, предложенная Липсицом И.В. и Коссовым В.В., и известная как методика постадийной оценки риска. В данной методике под риском понимается опасность того, что цели, поставленные в проекте, могут быть не достигнуты полностью или частично.

Так как рассматриваемый проект охватывает несколько стадий, то и оценку риска целесообразно проводить по ним, т.е. по *подготовительной* и стадии *функционирования*.

По характеру воздействия риски были разделены на простые и составные. Составные риски являются композицией простых, каждый из которых в композиции рассматривается как простой риск. Простые риски определяются полным перечнем непересекающихся событий, т.е. каждое из них рассматривается как не зависящее от других. Характер инвестиционного проекта как чего-то совершаемого в индивидуальном порядке, по существу, оставляет единственную возможность для оценки значений рисков - использование мнений экспертов. Для оценки вероятности рисков использовались мнения трех экспертов: менеджер-экономист (1); специалист аудиторской фирмы (2); главный специалист инвестиционного отдела коммерческого банка (3).

Разработчиками проекта был составлен перечень первичных рисков по всем стадиям проекта. Каждому эксперту, работающему отдельно, предоставлялся перечень первичных рисков, и им предлагалось оценить вероятность их наступления, руководствуясь следующей системой оценок:

- 0 - риск рассматривается как несущественный;

- 25 - риск, скорее всего, не реализуется;

- 50 - о наступлении события ничего определенного сказать нельзя;

- 75 - риск, скорее всего, проявится;

- 100 – очень большая вероятность реализации риска.

Три оценки сведены в среднюю, которая используется в дальнейших расчетах.

В графе 6 таблицы приведены оценки приоритетов, которые отражают важность каждого отдельного события для всего проекта. После определения вероятностей по простым рискам была проведена интегральная оценка риска в два последовательных этапа: сначала определялась оценка риска для каждой из стадий, предварительно рассчитав риски для подстадий (композиций), стадии функционирования - финансово-экономической, технологической, социальной и экологической. После этого можно работать с объединенными рисками и дать оценку риска всего проекта на основе оценок риска отдельных стадий. Для получения оценки объединенных рисков использовалась процедура взвешивания. Процедура определения веса, с которыми каждый простой риск входит в общий риск проекта, проводилась согласно следующим правилам:

* все простые риски могут быть ранжированы по степени важности (расставлены по приоритетам);
* риски первого приоритета имеют больший вес, чем риски второго, и т.д.;
* все риски с одним и тем же приоритетом имеют равные веса;
* сумма весов равна единице, веса являются числами положительными, в диапазоне от 1 до 0.

Определение приоритетов прямо связано с социально-экономической ситуацией в стране. Так как она существенным образом связана с неплатежами, то все риски, связанные с системой расчетов, имели первый приоритет. Второй приоритет был отдан социальным факторам. Все остальные факторы получили третий приоритет. Анализ рисков настоящего инвестиционного проекта приведен в   
таблице № 6.

Как показывает таблица, суммарный риск проекта составляет 49,07 балла и может быть охарактеризован как средний. Наиболее высоким уровнем риска обладают подготовительная стадия и финансово-экономические факторы функционирования. Риск подготовительной стадии связан, прежде всего с возможным валютным риском и непредвиденными затратами. Особую опасность представляют непредвиденные затраты, из-за которых может снизиться общая рентабельность проекта. Из результатов расчета финансово-экономических рисков следует, что риск составляет 59% от общего показателя риска проекта, причем, доминирующими причинами этого является возможное снижение спроса и непредвиденное снижение цен конкурентами, а также неплатежеспособность потребителей и рост цен на продукцию. Уровень социальных рисков составляет 4,48 (9,12%), причем их подавляющая часть обусловлена возможными трудностями с набором персонала и его квалификацией.

Рассматриваемый проект не связан со значительными техническими и экологическими рисками. Риск проекта, как правило, в первую очередь связан с небольшим числом особо опасных факторов. В таблице № 7 приводятся наиболее значимые риски.

Таблица № 6.

Оценка простых рисков.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | ***Простые риски*** | ***Эксперты*** | | | ***Средняя*** | ***Прио-***  ***ритет Pi*** | ***Вес***  ***Wi*** | ***оценка***  ***Ii*** |
| ***Эксперт 1*** | ***Эксперт 2*** | ***Эксперт 3*** |
| ***Подготовительная стадия*** | | | | | | | | **12,84** |
| 1 . | Непредвиденные затраты | 50,00 | 50,00 | 75,00 | 58,33 | 1 | 0,04 | 5,83 |
| 2 . | Валютный риск | 75,00 | 50,00 | 75,00 | 66,67 | 1 | 0,05 | 6,67 |
| 3 . | Несвоевременная поставка комплектующих | 25,00 | 25,00 | 0,00 | 16,67 | 3 | 0,01 | 0,17 |
| 4 . | Несвоевременная подготовка оборудования | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2 | 0,04 | 0,00 |
| 5 . | Недобросовестность подрядчика | 25,00 | 25,00 | 0,00 | 16,67 | 3 | 0,01 | 0,17 |
| ***Функционирование*** | | | | | | | | |
| ***Финансово-экономические:*** | | | | | | | | **29,18** |
| 6 . | Неустойчивость спроса | 50,00 | 75,00 | 50,00 | 58,33 | 1 | 0,09 | 5,83 |
| 7 . | Появление альтернативного продукта | 50,00 | 75,00 | 50,00 | 58,33 | 2 | 0,01 | 2,91 |
| 8 . | Снижение цен конкурентами | 75,00 | 100,00 | 75,00 | 83,33 | 1 | 0,09 | 8,33 |
| 9 . | Рост налогов | 50,00 | 25,00 | 50,00 | 41,67 | 3 | 0,01 | 0,42 |
| 10 . | Неплатежеспособность потребителей | 50,00 | 50,00 | 25,00 | 41,67 | 1 | 0,09 | 4,2 |
| 11 . | Рост цен на продукцию | 75,00 | 50,00 | 75,00 | 66,67 | 1 | 0,09 | 6,7 |
| 12 . | Зависимость от поставщиков | 25,00 | 50,00 | 25,00 | 33,33 | 2 | 0,01 | 1,66 |
| 13 . | Недостаток оборотных средств | 25,00 | 25,00 | 50,00 | 33,33 | 1 | 0,09 | 3,33 |
| ***Социальные:*** | | | | | | | | **4,48** |
| 14 . | Трудности с набором квалифицированной рабочей силы | 25,00 | 0,00 | 50,00 | 23,33 | 2 | 0,04 | 1,16 |
| 15 . | Угроза забастовки | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2 | 0,03 | 0,00 |
| 16 . | Отношение местных властей | 25,00 | 25,00 | 0,00 | 16,67 | 2 | 0,04 | 0,83 |
| 17 . | Недостаточный уровень заработной платы | 0,00 | 25,00 | 25,00 | 16,67 | 2 | 0,04 | 0,83 |
| 18 . | Квалификация кадров | 25,00 | 50,00 | 25,00 | 33,33 | 2 | 0,04 | 1,66 |
| ***Технические:*** | | | | | | | | **2,57** |
| 19 . | Нестабильность качества продукции | 25,00 | 0,00 | 25,00 | 16,66 | 2 | 0,01 | 0,83 |
| 20 . | Новизна технологии | 0,00 | 25,00 | 25,00 | 16,66 | 3 | 0,01 | 0,83 |
| 21 . | Недостаточная надежность технологии | 0,00 | 25,00 | 25,00 | 16,66 | 3 | 0,01 | 0,83 |
| 22 . | Отсутствие запасов | 25,00 | 0,00 | 0,00 | 8,33 | 3 | 0,01 | 0,08 |
| **Суммарный риск проекта** | | | | | | | 0,99 | **49,07** |

Риск неплатежеспособности покупателей - этот риск зависит от качества товара, от региона покупателей, от цены на товар, от характера проекта, от количества и качества конкурентов. Такой риск существует при запуске любого нового проекта, эту ситуацию избежать очень трудно, но её нужно как можно быстрее максимально оценить. Риск можно избежать, если найти равновесие между ценой и платежеспособностью покупателей.

Риск сильной конкуренции – вероятность этого рынка будет также минимальной, если хорошо проработать раздел конкуренция, где должны быть рассмотрены все конкуренты, как крупные, так и мелкие. Нельзя недооценивать конкурентов. Компания должна научиться искусству выделятся в толпе конкурентов, предлагая покупателям товар, заметно отличающийся либо высоким уровнем качества при стандартном наборе параметров, либо нестандартным набором свойств, реально интересующих покупателя.

Таблица № 7.

Наиболее значимые риски проекта.

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид риска** | **Уровень** |
| Непредвиденные затраты | 5,83 |
| Валютный риск | 6,67 |
| Неустойчивость спроса | 5,83 |
| Снижение цен конкурентами | 8,33 |
| Рост цен на продукцию | 6,7 |

Помимо этого можно выделить два фактора, которые не рассматривались в таблицах.

Окружающая среда, данный риск не наблюдается. Угроза экстремальных природных явлений (наводнение, землетрясения и т.п.) отсутствует. Также юридический риск. Юридические документы "компании" должны быть приведены в надлежащее состояние, согласно действующему законодательству РК и зарегистрированы соответствующими государственными органами. В Уставе "компании" в видах деятельности необходимо указать предоставление различных услуг населению и предприятиям.

Намерения компании имеют большое значение в деле развития рынка компьютерной и оргтехники Павлодарского региона, это может также повлиять на повышения деловой активности предпринимательства и эффективности работы промышленности. Успех деятельности ТОО «DELPHI», как и других коммерческих структур, в значительной степени будет зависеть от политики центрального правительства и местных органов власти. Существующее правительство, в целом, обеспечивает режим благоприятствования для развития частного бизнеса и реализации инвестиционных программ. Современный социально-политический коллапс, возможно, приведёт к смене политического и экономического курсов, но по прогнозам экспертов, такие изменения коренным образом не скажутся на покупку компьютерной техники, постоянно растущий в последние годы.

*5.2 ПРОФИЛАКТИКА РИСКОВ.*

В качестве условий предотвращения рисков могут быть рекомендованы следующие мероприятия:

* страхование имущества и ответственности работников фирмы, заключение договоров с

фиксированными суммами, детальная проработка подготовительной стадии проекта с целью снижения риска непредвиденных затрат;

* заключение долгосрочных контрактов с поставщиками с четкими условиями и штрафными

санкциями;

* использование механизмов страхования валютных рисков (хеджирование, закрытие открытой

валютной позиции и др.).

Меры по снижению социальных рисков*:*

* активное участие учредителей во взаимодействии с властными структурами;
* придание фирме статуса предприятия городского масштаба.

Юридические риски. Связаны с несовершенством законодательства, нечетко оформ­ленными документами, двоякими трактовками законодательства, затягивание сроков поставок поставщиками.

Меры по снижению риска:

* четкая и однозначная формулировка соответствующих статей в документах;
* привлечение для оформления документов специалистов, имеющих практический опыт в этой области;

Производственные риски**.** Связаны со сложностью компьютерной техники, быстро движущийся технический прогресс в сфере информационных технологий, недостаточно высоким качеством предоставляемых услуг.

Меры по снижению риска:

* подбор профессиональных кадров;
* постоянное поощрение (моральное и материальное) повышения квалификации работников;
* разработка и использование продуманной системы контроля качества услуг;
* своевременное выделение достаточных финансовых средств для приобретения необходимого оборудования;

Маркетинговые риски.Связаны с возможными задержками выхода на рынок, непра­вильным (без учета потребностей рынка) выбором услуг, ошибоч­ным выбором маркетинговой стратегии, ошибками в ценовой поли­тике и т.п. Задержки выхода на рынок могут быть вызваны различными причинами рассмотренными выше, но следует сказать, что для обоснования выхода на рынок был составлен данный бизнес-план.

***VI. ЮРИДИЧЕСКИЙ ПЛАН.***

*6.1 ПРАВОВОЙ СТАТУС ПРЕДПРИЯТИЯ.*

Компания «DELPHI» намерена учредить товарищество с ограниченной ответственностью. Учредителями товарищества с ограниченной ответственностью, в соответствии с учредительным договором выступают:

* Шенфельд В.Ю.- 45% от суммы заявленного уставного фонда;
* Иванов О.В. – 25% от суммы заявленного уставного фонда;
* Сидоров М. В. – 15% от суммы заявленного уставного фонда;
* Петров А. В. –15% от суммы заявленного уставного фонда.



Рисунок № 6. «Объем вкладов учредителей ТОО «DELPHI».

Первоначальный размер уставного капитала ТОО «DELPHI» будет равен сумме вкладов учредителей – 43681 USD. Участники товарищества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и не несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Компетенция органов товарищества, а также порядок принятия ими решений или выступления от имени товарищества определяются в соответствии с Гражданским Кодексом, законодательными актами и уставом товарищества.

Согласно статье 79. ГК РК, к исключительной компетенции собрания участников товарищества с ограниченной ответственностью относится:

* изменение устава товарищества, в том числе изменение размера его уставного капитала;
* образование исполнительного органа товарищества и досрочное прекращение его полномочий, а

также принятие решения о передаче товарищества с ограниченной ответственностью или его имущества в доверительное управление и определение условий такой передачи;

* утверждение финансовой отчетности товарищества и распределение его чистого дохода;
* решение о реорганизации или ликвидации товарищества;
* утверждение внутренних правил, процедуры их принятия и других документов, регулирующих

внутреннюю деятельность товарищества;

* решение об участии товарищества в иных хозяйственных товариществах, а также в

некоммерческих объединениях;

* назначение ликвидационной комиссии и утверждение ликвидационных балансов;
* решение о принудительном выкупе доли у участника товарищества с ограниченной ответственностью в соответствии со статьей 82 Гражданского Кодекса РК.

Вопросы, отнесенные к исключительной компетенции общего собрания участников товарищества, не могут быть переданы им на решение исполнительного органа товарищества.

Уставом товарищества к исключительной компетенции общего собрания может быть также отнесено решение иных вопросов.

Уставный капитал товарищества с ограниченной ответственностью определяется в соответствии со статьей 78 Гражданского кодекса РК от 11 июля 1997 г.

Управление товариществом и возможность перехода доли в уставном капитале товарищества с ограниченной ответственностью к другому лицу определяется уставом.

Товарищеское собрание участников может принять решение о внесении участниками дополнительных взносов в имущество товарищества. Решение принимается большинством в три четверти голосов всех участников товарищества.

Обращение взыскания на долю участника в товариществе с ограниченной ответственностью по его личным долгам не допускается. При недостаточности имущества участника товарищества с ограниченной ответственностью для покрытия личных долгов кредиторы могут потребовать в установленном порядке выделения доли участника-должника в соответствии со статьей 37 Закона РК от 22 апреля 1998 года N 220-1 "О товариществах с ограниченной и дополнительной ответственностью".

*6.2 РЕГИСТРАЦИЯ.*

Порядок регистрации ТОО:

Согласно указу Президента Республики Казахстан, Имеющий силу Закона, от 17 апреля 1995 года N 2198 «О ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ» государственную регистрацию юридических лиц осуществляют Министерство юстиции Республики Казахстан и его территориальные органы (регистрирующие органы).

##### Статья 6. Порядок государственной регистрации

Для регистрации юридического лица в регистрирующий орган подается заявление по форме, установленной Министерством юстиции Республики Казахстан, и прилагаются учредительные документы, указанные в статье 7 настоящего Указа, составленные на казахском или русском языках и представляемые в двух экземплярах.

Заявление подписывается учредителем или уполномоченным учредителем лицом с приложением учредительных документов, удостоверенных в установленном законодательством порядке.

Одновременно в регистрирующий орган представляется документ, удостоверяющий местонахождение юридического лица, а также квитанция или копия платежного поручения об уплате сбора за государственную регистрацию юридического лица. Субъекты малого предпринимательства не представляют документ, удостоверяющий их местонахождение.

Требование каких-либо документов и сведений, кроме предусмотренных настоящим Указом, запрещается.

###### Статья 7. Учредительные документы, представляемые субъектами для регистрации их в качестве юридических лиц

В регистрирующий орган представляется устав, если иное не предусмотрено законодательными актами.

Учредительными документами хозяйственных товариществ, акционерных обществ и объединений юридических лиц в форме ассоциаций (союзов) являются учредительный договор и устав.

Учредительными документами хозяйственных товариществ, акционерных обществ, которые учреждаются одним лицом (одним участником), и других видов юридических лиц, кроме указанных в части второй настоящей статьи Указа, являются устав либо положение.

В случаях, предусмотренных законодательными актами, юридические лица, не являющиеся коммерческими организациями, могут действовать на основании общего положения об организациях данного вида.

Юридическое лицо, являющееся субъектом малого предпринимательства, может осуществлять свою деятельность на основании типового устава, содержание которого определяется Правительством Республики Казахстан.

###### Статья 8. Содержание учредительных документов

Учредительные документы юридического лица должны содержать данные, предусмотренные действующим законодательством Республики Казахстан, в зависимости от организационно-правовой формы юридического лица.

###### Статья 9. Сроки государственной регистрации

Государственная регистрация юридического лица должна быть произведена не позднее 15 дней, а для субъектов малого предпринимательства - не позднее 3 рабочих дней со дня подачи заявления с приложением необходимых документов.

В случаях представления неполного пакета документов, наличия в них недостатков, необходимости получения по учредительным документам заключения эксперта (специалиста), а также по иным основаниям, предусмотренным законодательными актами Республики Казахстан, срок государственной регистрации прерывается.

###### Статья 10. Оплата государственной регистрации

За государственную регистрацию созданных, реорганизованных и прекративших свою деятельность юридических лиц, их филиалов и представительств взимается сбор в порядке и размере, установленных налоговым законодательством Республики Казахстан.

###### Статья 12. Свидетельство о государственной регистрации

По результатам проверки соответствия учредительных документов юридических лиц законодательству Республики Казахстан регистрирующим органом выдается вновь созданному юридическому лицу свидетельство о государственной регистрации.

Открытие счета в банке возможно только при предоставлении свидетельства о государственной регистрации юридического лица.

Выдача свидетельства о государственной регистрации юридического лица не является основанием для начала деятельности, требующей получения лицензии в соответствии с законами Республики Казахстан. Правоспособность юридического лица в сфере лицензируемой деятельности возникает с момента получения соответствующей лицензии и прекращается с момента ее изъятия или признания недействительной в установленном законом порядке.

***VII. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН.***

*7.1 СЕБЕСТОИМОСТЬ И ДОХОД ПО КАЖДОМУ ПРОДУКТУ.*

Таблица № 8.

Ассортимент и номенклатура товаров фирмы «DELPHI».

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Кол-во | Оптовая цена | Наценка % | Рыночная цена | Валовой доход на 1 шт. | Общий валовой доход |
| ***Готовые компьютерные системы*** |  |  |  |  |  |  |
| Celeron 733 FCPGA/64/20.4/Multimedia | 5 | 238.0 | 39.5 | 332.0 | 94.0 | 470.0 |
| Celeron 900 FCPGA/64/20.4/Multimedia | 5 | 249.0 | 36.5 | 340.0 | 91.0 | 455.0 |
| Celeron 1200 FCPGA/128/20.4/Multimedia | 4 | 316.0 | 28.8 | 407.0 | 91.0 | 364.0 |
| AMD K7 Duron 700/128/20.4/Multimedia | 4 | 307.0 | 28.7 | 395.0 | 88.0 | 352.0 |
| AMD K7 Duron 850/128/30.0/Multimedia | 4 | 316.0 | 29.7 | 410.0 | 94.0 | 376.0 |
| AMD K7 Duron 1000/128/40.0/Multimedia | 3 | 339.0 | 31.6 | 446.0 | 107.0 | 321.0 |
| AMD K7 Athlon 900/128/20.4/Multimedia | 3 | 332.0 | 31.9 | 438.0 | 106.0 | 318.0 |
| AMD K7 Athlon 1200/128/30.0/Multimedia | 3 | 365.0 | 33.4 | 487.0 | 122.0 | 366.0 |
| AMD K7 Athlon XP 1700/128/30.0/Multimedia | 2 | 391.0 | 33.5 | 522.0 | 131.0 | 262.0 |
| Pentium III 733 FCPGA/128/20.4/Multimedia | 3 | 348.0 | 34.5 | 468.0 | 120.0 | 360.0 |
| Pentium III 866 FCPGA/256/20.4/Multimedia | 3 | 377.0 | 37.4 | 518.0 | 141.0 | 423.0 |
| Pentium III 1133 FCPGA/256/30.0/Multimedia | 3 | 398.0 | 46.0 | 581.0 | 183.0 | 549.0 |
| Pentium IV 1400 /256/20.4/Multimedia | 3 | 435.0 | 52.0 | 661.0 | 226.0 | 678.0 |
| Pentium IV 1700 /256/40.0/Multimedia | 1 | 464.0 | 47.6 | 685.0 | 221.0 | 221.0 |
| Pentium IV 2000 /256/40.0/Multimedia | 1 | 639.0 | 47.3 | 941.0 | 302.0 | 302.0 |
| ***Комплектующие*** |  |  |  |  |  |  |
| 10.2 Gb IDE Seagate | 4 | 57.0 | 22.8 | 70.0 | 13.0 | 52.0 |
| 10.2 Gb IDE Seagate 7200 Barracuda | 3 | 60.0 | 33.3 | 80.0 | 20.0 | 60.0 |
| 20.0 Gb IDE Seagate 5400 U6 ST320410 | 2 | 71.5 | 11.9 | 80.0 | 8.5 | 17.0 |
| 20.0 Gb IDE Seagate 7200 Baracuda III ST320414A | 2 | 82.0 | 9.8 | 90.0 | 8.0 | 16.0 |
| 40.0 Gb IDE Seagate 5400 U6 ST340810A | 2 | 77.0 | 16.9 | 90.0 | 13.0 | 26.0 |
| 40.0 Gb IDE Seagate 7200 Baracuda IV | 1 | 92.0 | 25.0 | 115.0 | 23.0 | 23.0 |
| 40 Gb IDE Fujitsu | 2 | 74.0 | 28.4 | 95.0 | 21.0 | 42.0 |
| 40 Gb IDE Fujitsu 7200 | 2 | 95.0 | 26.3 | 120.0 | 25.0 | 50.0 |
| 10 Gb IDE Maxtor ATA 100 | 3 | 59.0 | 18.6 | 70.0 | 11.0 | 33.0 |
| 20 Gb IDE Maxtor ATA 100 | 3 | 68.0 | 17.6 | 80.0 | 12.0 | 36.0 |
| 20 Gb IDE Maxtor ATA 100 7200 rpm | 2 | 80.0 | 12.5 | 90.0 | 10.0 | 20.0 |
| 40 Gb IDE Maxtor ATA 100 | 2 | 77.5 | 16.1 | 90.0 | 12.5 | 25.0 |
| 40 Gb IDE Maxtor ATA 100 7200 rpm | 2 | 89.5 | 22.9 | 110.0 | 20.5 | 41.0 |
| 20.0 Gb IDE Quantum FireBall LD ATA 100 | 3 | 69.0 | 23.2 | 85.0 | 16.0 | 48.0 |
| 20.0 Gb IDE Quantum FireBall+ AS 7200 ATA 100 | 3 | 84.0 | 13.1 | 95.0 | 11.0 | 33.0 |
| 40.0 Gb IDE Quantum FireBall LD ATA 100 | 1 | 77.7 | 15.8 | 90.0 | 12.3 | 12.3 |
| 40.0 Gb IDE Quantum FireBall+ AS 7200 ATA 100 | 1 | 89.0 | 23.6 | 110.0 | 21.0 | 21.0 |
| 60.0 Gb IDE Quantum FireBall+ AS 7200 ATA 100 | 1 | 102.0 | 42.2 | 145.0 | 43.0 | 43.0 |
| 40.0 Gb IDE IBM Ultra ATA 100 | 1 | 79.0 | 20.3 | 95.0 | 16.0 | 16.0 |
| 40 Gb IDE IBM Ultra ATA 100 7200 rpm | 1 | 90.0 | 27.8 | 115.0 | 25.0 | 25.0 |
| 60.0 Gb IDE IBM Ultra ATA 100 7200 rpm | 1 | 106.0 | 41.5 | 150.0 | 44.0 | 44.0 |
| ASUS P3V133 VIA Pentium II/III 233-600 Slot 1 ATX | 2 | 62.0 | 37.1 | 85.0 | 23.0 | 46.0 |
| ASUS CUBX BX Pentium III 500-800~ Socket 370 ATX Ultra ATA 66 | 2 | 87.0 | 14.9 | 100.0 | 13.0 | 26.0 |
| ASUS CUV266 VIA DDR 266 FCPGA. DRR. ATX | 2 | 65.0 | 76.9 | 115.0 | 50.0 | 100.0 |
| ASUS TUV4X VIA Appolo Pro 133A FCPGA. ATX | 2 | 63.0 | 34.9 | 85.0 | 22.0 | 44.0 |
| ASUS TUSL2-C i815 FCPGA. ATX. ATA 100 | 2 | 85.0 | 35.3 | 115.0 | 30.0 | 60.0 |
| ASUS TUSL2 i815 FCPGA. ATX. ATA 100 | 1 | 119.0 | 13.4 | 135.0 | 16.0 | 16.0 |
| ASUS CUVL-VM VIA PL133 FCPGA. Savage 4. Sound. mATX. ATA 100 | 2 | 69.0 | 15.9 | 80.0 | 11.0 | 22.0 |
| ASUS CUV4X-D VIA 694.Dual FCPGA. ATX. ATA 100 | 1 | 163.0 | 10.4 | 180.0 | 17.0 | 17.0 |
| ASUS K7M AMD-751™. Slot-A. AMD K7. ATX | 2 | 80.0 | 12.5 | 90.0 | 10.0 | 20.0 |
| ASUS A7V-E VIA KT133. Socket-A. AMD K7&Duron. ATX | 2 | 67.0 | 26.9 | 85.0 | 18.0 | 36.0 |
| ASUS A7V133-C VIA KT133A. 266 Mhz. Socket-A. AMD. ATX | 2 | 73.0 | 37.0 | 100.0 | 27.0 | 54.0 |
| ASUS A7V133 VIA KT133A. 266 Mhz. Socket-A. Raid. ATX | 1 | 84.0 | 42.9 | 120.0 | 36.0 | 36.0 |
| ASUS A7V266 VIA KT266. 266 Mhz. Socket-A. ATX | 1 | 123.0 | 13.8 | 140.0 | 17.0 | 17.0 |
| ASUS A7V266-E VIA KT266A. 266 Mhz. Socket-A. ATX | 1 | 156.0 | 15.4 | 180.0 | 24.0 | 24.0 |
| ASUS A7N266 NVIDIA NForce. 266 Mhz. GeForce 2MX. Socket-A. AGP. ATX | 1 | 178.0 | 23.6 | 220.0 | 42.0 | 42.0 |
| ASUS P4T Socket 423. i850. ATX. ATA 100. Pentium IV | 1 | 163.0 | 10.4 | 180.0 | 17.0 | 17.0 |
| ASUS P4T-CM Socket 423. i850. mATX. Audio. ATA 100. Pentium IV | 1 | 146.0 | 9.6 | 160.0 | 14.0 | 14.0 |
| ASUS P4S333 Socket 478. SIS. DDR. ATX. ATA 100. Pentium IV | 1 | 112.0 | 38.4 | 155.0 | 43.0 | 43.0 |
| ASUS P4S333FX Socket 478. SIS. DDR. mATX. ATA 100. Pentium IV | 1 | 119.0 | 21.8 | 145.0 | 26.0 | 26.0 |
| ASUS P4B Socket 478. i845. ATX. ATA 100. Pentium IV Titan | 1 | 128.0 | 36.7 | 175.0 | 47.0 | 47.0 |
| ASUS P4B-M Socket 478. i845. mATX. ATA 100. Pentium IV Titan | 1 | 126.0 | 31.0 | 165.0 | 39.0 | 39.0 |
| AMD® Duron® 700 Mhz | 2 | 35.2 | 13.6 | 40.0 | 4.8 | 9.6 |
| AMD® Duron® 750 Mhz | 3 | 36.4 | 29.1 | 47.0 | 10.6 | 31.8 |
| AMD® Duron® 800 Mhz | 2 | 35.0 | 42.9 | 50.0 | 15.0 | 30.0 |
| AMD® Duron® 850 Mhz | 1 | 36.5 | 50.7 | 55.0 | 18.5 | 18.5 |
| AMD® Duron® 900 Mhz | 2 | 39.4 | 52.3 | 60.0 | 20.6 | 41.2 |
| AMD® Duron® 950 Mhz | 2 | 39.5 | 64.6 | 65.0 | 25.5 | 51.0 |
| AMD® Duron® 1000 Mhz | 1 | 45.0 | 66.7 | 75.0 | 30.0 | 30.0 |
| AMD® Duron® 1100 Mhz | 1 | 54.0 | 66.7 | 90.0 | 36.0 | 36.0 |
| AMD® Duron® 1200 Mhz | 2 | 60.0 | 75.0 | 105.0 | 45.0 | 90.0 |
| AMD® K7® 900 Mhz 3DNow Socket A | 2 | 56.3 | 27.9 | 72.0 | 15.7 | 31.4 |
| AMD® K7® 950 Mhz 3DNow Socket A | 2 | 59.0 | 32.2 | 78.0 | 19.0 | 38.0 |
| AMD® K7® 1000 Mhz 3DNow Socket A | 1 | 84.1 | 8.2 | 91.0 | 6.9 | 6.9 |
| AMD® K7® 1100 Mhz 3DNow Socket A | 1 | 85.2 | 19.7 | 102.0 | 16.8 | 16.8 |
| AMD® K7® 1200 Mhz 3DNow Socket A | 2 | 88.0 | 21.6 | 107.0 | 19.0 | 38.0 |
| AMD® K7® 1000 Mhz 3DNow Socket A FSB 266 | 2 | 67.0 | 41.8 | 95.0 | 28.0 | 56.0 |
| AMD® K7® 1133 Mhz 3DNow Socket A FSB 266 | 2 | 71.0 | 47.9 | 105.0 | 34.0 | 68.0 |
| AMD® K7® 1200 Mhz 3DNow Socket A FSB 266 | 2 | 77.0 | 42.9 | 110.0 | 33.0 | 66.0 |
| AMD® K7® 1333 Mhz 3DNow Socket A FSB 266 | 1 | 80.0 | 50.0 | 120.0 | 40.0 | 40.0 |
| AMD® K7® 1400 Mhz 3DNow Socket A FSB 266 | 1 | 99.0 | 26.3 | 125.0 | 26.0 | 26.0 |
| AMD® K7® Athlon-XP 1500+ Mhz 1.33 Ghz Socket A FSB 266 | 1 | 96.0 | 35.4 | 130.0 | 34.0 | 34.0 |
| AMD® K7® Athlon-XP 1600+ Mhz 1.4 Ghz Socket A FSB 266 | 1 | 97.5 | 43.6 | 140.0 | 42.5 | 42.5 |
| AMD® K7® Athlon-XP 1700+ Mhz 1.47 Ghz Socket A FSB 266 | 1 | 105.7 | 37.2 | 145.0 | 39.3 | 39.3 |
| AMD® K7® Athlon-XP 1800+ Mhz 1.53 Ghz Socket A FSB 266 | 1 | 113.0 | 63.7 | 185.0 | 72.0 | 72.0 |
| Intel® Celeron®-533 Mhz (PPGA) cache 128 k (Socket 370) | 3 | 31.0 | 29.0 | 40.0 | 9.0 | 27.0 |
| Intel® Celeron®-766 Mhz (FCPGA) cache 128 k (Socket 370) | 3 | 39.6 | 38.9 | 55.0 | 15.4 | 46.2 |
| Intel® Celeron®-800 Mhz (FCPGA) cache 128 k (Socket 370) FSB 100 Mhz | 2 | 43.0 | 34.9 | 58.0 | 15.0 | 30.0 |
| Intel® Celeron®-850 Mhz (FCPGA) cache 128 k (Socket 370) FSB 100 Mhz | 2 | 48.0 | 25.0 | 60.0 | 12.0 | 24.0 |
| Intel® Celeron®-900 Mhz (FCPGA) cache 128 k (Socket 370) FSB 100 Mhz | 2 | 51.0 | 27.5 | 65.0 | 14.0 | 28.0 |
| Intel® Celeron®-950 Mhz (FCPGA) cache 128 k (Socket 370) FSB 100 Mhz | 1 | 70.0 | 14.3 | 80.0 | 10.0 | 10.0 |
| Intel® Celeron®-1000A Mhz (FCPGA) cache 256 k (Socket 370) FSB 100 Mhz | 2 | 70.5 | 20.6 | 85.0 | 14.5 | 29.0 |
| Intel® Celeron®-1100A Mhz (FCPGA) cache 256 k (Socket 370) FSB 100 Mhz | 2 | 71.0 | 33.8 | 95.0 | 24.0 | 48.0 |
| Intel® Celeron®-1200A Mhz (FCPGA) cache 256 k (Socket 370) FSB 100 Mhz | 2 | 74.0 | 55.4 | 115.0 | 41.0 | 82.0 |
| Переходник S370-Slot1 FC-PGA | 8 | 1.0 | 500.0 | 6.0 | 5.0 | 40.0 |
| Intel® Pentium® III 733EB FCPGA | 2 | 90.5 | 32.6 | 120.0 | 29.5 | 59.0 |
| Intel® Pentium® III 800EB FCPGA | 2 | 106.0 | 17.9 | 125.0 | 19.0 | 38.0 |
| Intel® Pentium® III 850E FCPGA | 1 | 106.4 | 19.4 | 127.0 | 20.6 | 20.6 |
| Intel® Pentium® III 866EB FCPGA | 1 | 107.0 | 21.5 | 130.0 | 23.0 | 23.0 |
| Intel® Pentium® III 1000 E FCPGA | 1 | 120.0 | 8.3 | 130.0 | 10.0 | 10.0 |
| Intel® Pentium® III 1000 EB FCPGA | 1 | 123.0 | 9.8 | 135.0 | 12.0 | 12.0 |
| Intel® Pentium® III Tualatin 1133 EB FCPGA2 | 1 | 144.0 | 28.5 | 185.0 | 41.0 | 41.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.5 Ghz Socket 423 | 1 | 131.0 | 29.8 | 170.0 | 39.0 | 39.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.6 Ghz Socket 423 | 1 | 140.0 | 32.1 | 185.0 | 45.0 | 45.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.7 Ghz Socket 423 | 1 | 154.0 | 39.6 | 215.0 | 61.0 | 61.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.8 Ghz Socket 423 | 1 | 179.0 | 48.0 | 265.0 | 86.0 | 86.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.4 Ghz Socket 478 Titan | 1 | 119.0 | 26.1 | 150.0 | 31.0 | 31.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.5 Ghz Socket 478 Titan | 1 | 121.0 | 28.1 | 155.0 | 34.0 | 34.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.6 Ghz Socket 478 Titan | 1 | 128.0 | 25.0 | 160.0 | 32.0 | 32.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.7 Ghz Socket 478 Titan | 1 | 148.0 | 31.8 | 195.0 | 47.0 | 47.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.8 Ghz Socket 478 Titan | 1 | 180.0 | 27.8 | 230.0 | 50.0 | 50.0 |
| Intel® Pentium® 4 1.9 Ghz Socket 478 Titan | 1 | 227.0 | 27.8 | 290.0 | 63.0 | 63.0 |
| DIMM 32 Mb 168 pin SDRAM 100MHz | 5 | 4.0 | 100.0 | 8.0 | 4.0 | 20.0 |
| DIMM 32 Mb 168 pin SDRAM 133MHz | 5 | 4.9 | 83.7 | 9.0 | 4.1 | 20.5 |
| DIMM 64 Mb 168 pin SDRAM 100 MHz | 5 | 11.2 | 42.9 | 16.0 | 4.8 | 24.0 |
| DIMM 64 Mb 168 pin SDRAM 133 MHz | 5 | 12.0 | 41.7 | 17.0 | 5.0 | 25.0 |
| DIMM 64 Mb 168 pin SDRAM 133 MHz HYUNDAI | 5 | 12.3 | 46.3 | 18.0 | 5.7 | 28.5 |
| DIMM 128 Mb 168 pin SDRAM 133 MHz | 10 | 28.0 | 17.9 | 33.0 | 5.0 | 50.0 |
| DIMM 128 Mb 168 pin SDRAM 133 MHz HYUNDAI | 8 | 29.5 | 18.6 | 35.0 | 5.5 | 44.0 |
| DIMM 256 Mb 168 pin SDRAM 133 MHz | 3 | 56.0 | 16.1 | 65.0 | 9.0 | 27.0 |
| DIMM 256 Mb 168 pin SDRAM 133 MHz HYUNDAI | 3 | 57.5 | 16.5 | 67.0 | 9.5 | 28.5 |
| DDR 128 Mb PC2100 | 4 | 33.0 | 36.4 | 45.0 | 12.0 | 48.0 |
| DDR 128 Mb PC2100 HYUNDAI | 4 | 32.2 | 39.8 | 45.0 | 12.8 | 51.2 |
| DDR 256 Mb PC2100 HYUNDAI | 4 | 63.0 | 34.9 | 85.0 | 22.0 | 88.0 |
| RIMM 64 Mb PC800 Samsung/Hyundai | 5 | 18.5 | 62.2 | 30.0 | 11.5 | 57.5 |
| RIMM 128 Mb PC800 Samsung/Hyundai | 4 | 38.0 | 52.6 | 58.0 | 20.0 | 80.0 |
| RIMM 256 Mb PC800 Samsung/Hyundai | 4 | 76.5 | 30.7 | 100.0 | 23.5 | 94.0 |
| UPS Champion 500 VA | 6 | 40.0 | 25.0 | 50.0 | 10.0 | 60.0 |
| UPS Champion 1000 VA | 5 | 50.0 | 30.0 | 65.0 | 15.0 | 75.0 |
| UPS APC 300 | 4 | 67.0 | 26.9 | 85.0 | 18.0 | 72.0 |
| UPS APC 500 | 3 | 86.0 | 16.3 | 100.0 | 14.0 | 42.0 |
| UPS APC 650 | 2 | 143.0 | 22.4 | 175.0 | 32.0 | 64.0 |
| UPS APC Smart 420 | 2 | 158.0 | 20.3 | 190.0 | 32.0 | 64.0 |
| Surge Protector | 47 | 3.5 | 100.0 | 7.0 | 3.5 | 164.5 |
| Сетевой фильтр TRIPP LITE | 10 | 4.0 | 150.0 | 10.0 | 6.0 | 60.0 |
| Сетевой фильтр APC P5-RS (4m) + защита телефона | 10 | 11.0 | 36.4 | 15.0 | 4.0 | 40.0 |
| Card PCI 1(2) Mb | 4 | 4.9 | 188.7 | 14.0 | 9.2 | 36.6 |
| Card AGP ATI 4 Mb SGRAM Xpert 98 | 4 | 7.0 | 171.4 | 19.0 | 12.0 | 48.0 |
| Card AGP SVGA S3 Trio 3D 4 Mb SGRAM. SIS 6326 | 4 | 9.0 | 88.9 | 17.0 | 8.0 | 32.0 |
| Card AGP SVGA S3 Trio 3D 8 Mb SGRAM | 4 | 12.0 | 58.3 | 19.0 | 7.0 | 28.0 |
| Card AGP SVGA ATI 8 Mb SGRAM | 5 | 14.5 | 37.9 | 20.0 | 5.5 | 27.5 |
| Card AGP Riva TNT 16 Mb. Vanta 16 Mb | 4 | 20.5 | 22.0 | 25.0 | 4.5 | 18.0 |
| Card AGP Riva TNT2 M64 32 Mb | 2 | 27.0 | 29.6 | 35.0 | 8.0 | 16.0 |
| Card AGP Riva TNT2 32 Mb | 3 | 30.0 | 33.3 | 40.0 | 10.0 | 30.0 |
| Card AGP Riva TNT2 32 Mb TV-out | 1 | 34.0 | 32.4 | 45.0 | 11.0 | 11.0 |
| Card AGP GeForce 2 MX 32 Mb | 3 | 34.5 | 44.9 | 50.0 | 15.5 | 46.5 |
| Card AGP GeForce 2 MX 200 32 Mb Palit Daytona | 3 | 33.1 | 45.0 | 48.0 | 14.9 | 44.7 |
| Card AGP GeForce 2 MX 200 32 Mb TV-out | 1 | 41.0 | 34.1 | 55.0 | 14.0 | 14.0 |
| Card AGP GeForce 2 MX 200 64 Mb Palit Daytona | 3 | 41.0 | 29.3 | 53.0 | 12.0 | 36.0 |
| Card AGP GeForce 2 MX 400 32 Mb Palit Daytona | 3 | 36.8 | 63.0 | 60.0 | 23.2 | 69.6 |
| Card AGP GeForce 2 MX 400 32 Mb TV-out | 1 | 44.0 | 47.7 | 65.0 | 21.0 | 21.0 |
| Card AGP GeForce 2 MX 400 64 Mb Palit Daytona | 2 | 44.0 | 47.7 | 65.0 | 21.0 | 42.0 |
| Card AGP GeForce 2 MX 400 64 Mb TV-out | 1 | 52.0 | 44.2 | 75.0 | 23.0 | 23.0 |
| Card AGP GeForce 2 GTS PRO 32 Mb | 2 | 73.0 | 30.1 | 95.0 | 22.0 | 44.0 |
| Card AGP GeForce 2Ti DDR 64 Mb | 2 | 78.5 | 52.9 | 120.0 | 41.5 | 83.0 |
| Card AGP GeForce 2Ti DDR 64 Mb TV-out | 1 | 87.0 | 46.0 | 127.0 | 40.0 | 40.0 |
| Card AGP ASUS V3800 Magic (Riva TNT2 M64) 32 Mb SGRAM | 2 | 51.0 | 27.5 | 65.0 | 14.0 | 28.0 |
| Card AGP ASUS V3800 (Riva TNT2) 16 Mb SGRAM | 2 | 47.0 | 38.3 | 65.0 | 18.0 | 36.0 |
| Card AGP ASUS V3800 (Riva TNT2 PRO) 32 Mb SGRAM | 2 | 57.0 | 22.8 | 70.0 | 13.0 | 26.0 |
| Card AGP ASUS V3800T (Riva TNT2 PRO) 32 Mb SGRAM TV-out | 1 | 81.0 | 17.3 | 95.0 | 14.0 | 14.0 |
| Card AGP ASUS V6600 (GeForce 256) 32 Mb | 1 | 76.0 | 18.4 | 90.0 | 14.0 | 14.0 |
| Card AGP ASUS V6800 (GeForce 256) DDR DRAM 32 Mb | 1 | 80.0 | 18.8 | 95.0 | 15.0 | 15.0 |
| Card AGP ASUS V6800 (GeForce 256) DDR DRAM 32 Mb Delux | 1 | 91.0 | 31.9 | 120.0 | 29.0 | 29.0 |
| Card AGP ASUS V7100 Magic MX (GeForce 2 MX 200) 32 Mb | 2 | 51.0 | 56.9 | 80.0 | 29.0 | 58.0 |
| Card AGP ASUS V7100T Magic MX (GeForce 2 MX 200) 32 Mb TV-out | 1 | 63.0 | 58.7 | 100.0 | 37.0 | 37.0 |
| Card AGP ASUS V7100 MX (GeForce 2 MX) 32 Mb | 2 | 56.0 | 69.6 | 95.0 | 39.0 | 78.0 |
| Card AGP ASUS V7100 PRO MX (GeForce 2 MX400) 32 Mb | 2 | 71.0 | 40.8 | 100.0 | 29.0 | 58.0 |
| Card AGP ASUS V7100T PRO MX (GeForce 2 MX400) 32 Mb TV-out | 1 | 80.0 | 37.5 | 110.0 | 30.0 | 30.0 |
| Card AGP ASUS V7100 PRO MX (GeForce 2 MX400) 64 Mb | 1 | 81.0 | 48.1 | 120.0 | 39.0 | 39.0 |
| Card AGP ASUS V7700 (GeForce 2 Ti) 32 Mb | 1 | 97.0 | 59.8 | 155.0 | 58.0 | 58.0 |
| Card AGP ASUS V7700 (GeForce 2 Ti) 32 Mb DELUX | 1 | 139.0 | 43.9 | 200.0 | 61.0 | 61.0 |
| Card AGP ASUS V7700 (GeForce 2 Ti) 64 Mb | 1 | 132.0 | 47.7 | 195.0 | 63.0 | 63.0 |
| Card AGP ASUS V7700 PRO (GeForce 2 PRO) 32 Mb Delux | 1 | 127.0 | 49.6 | 190.0 | 63.0 | 63.0 |
| Card AGP ASUS V7700 PRO (GeForce 2 PRO) 64 Mb | 1 | 144.0 | 52.8 | 220.0 | 76.0 | 76.0 |
| Card AGP ASUS V8200 (GeForce 3 Ti200) 64 Mb | 1 | 195.0 | 53.8 | 300.0 | 105.0 | 105.0 |
| Card AGP Chaintech TNT2 M64 32 Mb | 3 | 29.0 | 20.7 | 35.0 | 6.0 | 18.0 |
| Card AGP Chaintech GeForce 2 MX200 32 Mb | 1 | 38.0 | 44.7 | 55.0 | 17.0 | 17.0 |
| Card AGP Chaintech GeForce 2 MX400 32 Mb TV-out | 1 | 50.0 | 50.0 | 75.0 | 25.0 | 25.0 |
| Card AGP Gigabyte GeForce 2 MX200 32 Mb GA-1280-32E | 1 | 41.0 | 34.1 | 55.0 | 14.0 | 14.0 |
| Card AGP Gigabyte GeForce 2 MX 32 Mb TV-out GA-1280T | 1 | 52.0 | 44.2 | 75.0 | 23.0 | 23.0 |
| Card AGP Gigabyte GeForce 3 Titanium 200 64 Mb DDR | 1 | 240.0 | 14.6 | 275.0 | 35.0 | 35.0 |
| Card AGP Gigabyte Matrox G400 32 Mb | 1 | 84.0 | 25.0 | 105.0 | 21.0 | 21.0 |
| Card AGP ATI Fury 128 16 Mb | 3 | 30.0 | 100.0 | 60.0 | 30.0 | 90.0 |
| Card AGP ATI 3D Radeon LE DDR 32 Mb | 2 | 71.0 | 12.7 | 80.0 | 9.0 | 18.0 |
| Card AGP ATI 3D Radeon VE DDR 32 Mb TV-out | 2 | 76.0 | 18.4 | 90.0 | 14.0 | 28.0 |
| Card AGP ATI 3D Radeon DDR VIVO 64 Mb TV-out | 1 | 185.0 | 5.4 | 195.0 | 10.0 | 10.0 |
| ATI TV-tuner (Philips) PAL/SECAM | 1 | 86.0 | 16.3 | 100.0 | 14.0 | 14.0 |
| 15'' LG 563N (0.28. 1024x768@61Hz) | 10 | 83.0 | 50.6 | 125.0 | 42.0 | 420.0 |
| 15'' SAMSUNG 551s (0.24. 1024x768@68Hz) | 10 | 89.0 | 60.7 | 143.0 | 54.0 | 540.0 |
| 17'' SAMSUNG 753S (0.23. 1280x1024@65Гц) | 6 | 137.0 | 49.6 | 205.0 | 68.0 | 408.0 |
| 17'' SAMSUNG 755DF (0.24. 1600х1200@76Гц) | 7 | 219.0 | 24.2 | 272.0 | 53.0 | 371.0 |
| 17'' SAMSUNG 757DFX (0.20. 1920x1440@64Гц) | 6 | 229.0 | 36.7 | 313.0 | 84.0 | 504.0 |
| 17'' CTX EX700F (0.25. 1280x1024@67Гц) | 4 | 214.0 | 27.6 | 273.0 | 59.0 | 236.0 |
| 17'' CTX PR705F (0.24. 1600x1200@67Hz) | 3 | 292.0 | 24.3 | 363.0 | 71.0 | 213.0 |
| 15'' LCD CTX PV520 (1024x768@75Hz) | 1 | 428.7 | 7.1 | 459.0 | 30.3 | 30.3 |
| Вебкамера WT-612X WebCam USB | 1 | 24.0 | 33.3 | 32.0 | 8.0 | 8.0 |
| Вебкамера Logitech Digital WebCam USB | 1 | 28.0 | 60.7 | 45.0 | 17.0 | 17.0 |
| FM Radio Tuner D-Link USB | 2 | 35.0 | 48.6 | 52.0 | 17.0 | 34.0 |
| CD-ROM 48x PANASONIC | 5 | 30.5 | 41.0 | 43.0 | 12.5 | 62.5 |
| CD-ROM 50x ASUS | 5 | 34.0 | 41.2 | 48.0 | 14.0 | 70.0 |
| CD-ROM 52x LG | 5 | 25.2 | 42.9 | 36.0 | 10.8 | 54.0 |
| CD-Rewriter NEC 8x4x32 | 2 | 68.0 | 25.0 | 85.0 | 17.0 | 34.0 |
| CD-Rewriter NEC 12x10x32 | 2 | 72.0 | 33.3 | 96.0 | 24.0 | 48.0 |
| DVD-ROM Samsung SD-604 | 4 | 49.0 | 32.7 | 65.0 | 16.0 | 64.0 |
| SoundCard PCI CMI 8738 | 5 | 6.0 | 100.0 | 12.0 | 6.0 | 30.0 |
| SoundCard PCI Creative 128 compact | 4 | 12.0 | 58.3 | 19.0 | 7.0 | 28.0 |
| SoundCard PCI Creative SB AWE 1024 Live | 3 | 32.0 | 50.0 | 48.0 | 16.0 | 48.0 |
| SoundCard PCI Creative SB Live 5.1 MP1 | 2 | 32.0 | 50.0 | 48.0 | 16.0 | 32.0 |
| SoundCard PCI YAMAHA 754 | 4 | 14.0 | 64.3 | 23.0 | 9.0 | 36.0 |
| SoundCard PCI Genius LIVE 4.1 | 2 | 13.0 | 53.8 | 20.0 | 7.0 | 14.0 |
| SoundCard PCI Asmart AC-3 CMI 5.1 | 2 | 17.0 | 70.6 | 29.0 | 12.0 | 24.0 |
| SoundCard PCI ABIT AU10(C1) 5.1 | 3 | 26.0 | 46.2 | 38.0 | 12.0 | 36.0 |
| Speaker System GENIUS SW-M108 (Subwoofer+ 2 satelite) | 3 | 42.0 | 31.0 | 55.0 | 13.0 | 39.0 |
| Speaker System GENIUS SW-4.1 (Subwoofer+4 satelite) | 2 | 58.5 | 28.2 | 75.0 | 16.5 | 33.0 |
| Speaker System GENIUS SW-5.1 (Subwoofer+5 satelite) | 5 | 80.0 | 18.8 | 95.0 | 15.0 | 75.0 |
| Speaker System Juster 4.1 | 9 | 37.0 | 48.6 | 55.0 | 18.0 | 162.0 |
| Speaker System JAZZ Speaker J-4106 color | 15 | 27.0 | 66.7 | 45.0 | 18.0 | 270.0 |
| Speaker System JAZZ J-7913 NEVO 2.1 Subwoofer System | 7 | 39.0 | 41.0 | 55.0 | 16.0 | 112.0 |
| Speaker System JAZZ J-7907 | 2 | 65.0 | 23.1 | 80.0 | 15.0 | 30.0 |
| Speaker System JAZZ J-703AV | 2 | 72.0 | 45.8 | 105.0 | 33.0 | 66.0 |
| Speaker System JAZZ J-707AV | 2 | 79.0 | 58.2 | 125.0 | 46.0 | 92.0 |
| Микрофон GENIUS | 5 | 1.2 | 150.0 | 3.0 | 1.8 | 9.0 |
| Наушники + Микрофон GENIUS | 4 | 4.5 | 166.7 | 12.0 | 7.5 | 30.0 |
| Наушники + Микрофон | 4 | 4.8 | 108.3 | 10.0 | 5.2 | 20.8 |
| Наушники + Микрофон BIG | 4 | 5.3 | 183.0 | 15.0 | 9.7 | 38.8 |
| Принтер EPSON 680 (2880x720dpi.USB+LPT) | 6 | 68.0 | 47.1 | 100.0 | 32.0 | 192.0 |
| Принтер HP DeskJet 845C (600x1200dpi.8/5 ppm.USB) | 6 | 86.0 | 25.6 | 108.0 | 22.0 | 132.0 |
| Принтер HP DeskJet 959C (2400x1200dpi.11/8 ppm.USB+LPT) | 3 | 124.0 | 37.1 | 170.0 | 46.0 | 138.0 |
| Принтер CANON LBP-810 (лазерный. 8ppm.LPT-USB) | 2 | 225.0 | 20.0 | 270.0 | 45.0 | 90.0 |
| Принтер SAMSUNG 4500 (лазерный. 8ppm.600dpi.LPT) | 2 | 180.0 | 50.0 | 270.0 | 90.0 | 180.0 |
| Принтер HP LaserJet 1200 (лазерный.1200dpi.15ppm.USB) | 2 | 320.0 | 10.9 | 355.0 | 35.0 | 70.0 |
| Сканер HP ScanJet 2200 (600x1200.42bit.USB) | 5 | 78.0 | 21.8 | 95.0 | 17.0 | 85.0 |
| Сканер HP ScanJet 4470 (1200x2400dpi.48bit.LPT+USB) | 2 | 151.0 | 25.8 | 190.0 | 39.0 | 78.0 |
| Сканер HP LaserJet Companion | 4 | 57.0 | 22.8 | 70.0 | 13.0 | 52.0 |
| Scaner MustekScanExpress 1200CP (600x600.30bit) | 4 | 61.0 | 31.1 | 80.0 | 19.0 | 76.0 |
| Scaner MICROTEK C6 (600x1200. USB) | 4 | 74.0 | 21.6 | 90.0 | 16.0 | 64.0 |
| Modem AMR Acorp 56k внутренний | 5 | 16.0 | 12.5 | 18.0 | 2.0 | 10.0 |
| Modem PCI Acorp 56k (Conexant) внутренний | 5 | 20.0 | 15.0 | 23.0 | 3.0 | 15.0 |
| Modem PCI Motorola 56K внутренний | 5 | 20.0 | 15.0 | 23.0 | 3.0 | 15.0 |
| Modem PCI Genius GM56K-L внутренний | 5 | 18.5 | 35.1 | 25.0 | 6.5 | 32.5 |
| Modem PCI ELINE 56k (PCTel) внутренний (Росстандарт) | 5 | 23.0 | 21.7 | 28.0 | 5.0 | 25.0 |
| Modem PCI ZyXeL OMNI 56K внутренний (Росстандарт) | 3 | 42.0 | 16.7 | 49.0 | 7.0 | 21.0 |
| Modem ACORP 56K Rockwell внешний | 3 | 44.0 | 25.0 | 55.0 | 11.0 | 33.0 |
| Modem ACORP 56K внешний USB | 3 | 33.0 | 33.3 | 44.0 | 11.0 | 33.0 |
| Modem Genius GM56 56K внешний USB | 3 | 45.0 | 24.4 | 56.0 | 11.0 | 33.0 |
| Modem D-Link DFM-560E внешний (Росстандарт) | 4 | 50.0 | 70.0 | 85.0 | 35.0 | 140.0 |
| Modem ZyXeL Omni 56k внешний (Росстандарт) | 3 | 90.0 | 16.7 | 105.0 | 15.0 | 45.0 |
| Modem ZyXeL Omni 56k PLUS внешний USB (Росстандарт) | 3 | 99.0 | 19.2 | 118.0 | 19.0 | 57.0 |
| Modem ZyXeL Omni 56k PRO внешний (Росстандарт) | 2 | 151.0 | 25.2 | 189.0 | 38.0 | 76.0 |
| Кабель модемный (универсальный. для внешних) | 10 | 1.0 | 200.0 | 3.0 | 2.0 | 20.0 |
| NetCard PCI 10 RL8029 | 10 | 5.0 | 60.0 | 8.0 | 3.0 | 30.0 |
| NetCard PCI Acorp 10/100 RL8139 | 10 | 7.0 | 57.1 | 11.0 | 4.0 | 40.0 |
| HUB ACORP 8x10/100TX | 3 | 51.0 | 56.9 | 80.0 | 29.0 | 87.0 |
| HUB Genius 8x10/100TX | 3 | 49.0 | 59.2 | 78.0 | 29.0 | 87.0 |
| HUB INTEL 8x10/100TX | 3 | 57.0 | 73.7 | 99.0 | 42.0 | 126.0 |
| NetCard PCI 10 RL8029 | 20 | 4.7 | 70.2 | 8.0 | 3.3 | 66.0 |
| Кабель принтерный 1.8 м. / Bitronix | 10 | 0.1 | 1900.0 | 2.0 | 1.9 | 19.0 |
| Кабель принтерный 3 м. | 10 | 0.2 | 1400.0 | 3.0 | 2.8 | 28.0 |
| Шлейф HDD IDE | 5 | 0.3 | 566.7 | 2.0 | 1.7 | 8.5 |
| Шлейф HDD IDE U-ATA 66/100 | 5 | 0.4 | 650.0 | 3.0 | 2.6 | 13.0 |
| Шлейф FDD | 5 | 0.4 | 400.0 | 2.0 | 1.6 | 8.0 |
| Кабель сетевой 220В | 6 | 0.1 | 1900.0 | 2.0 | 1.9 | 11.4 |
| Удлинитель VGA (монитор. 3м) | 5 | 0.6 | 400.0 | 3.0 | 2.4 | 12.0 |
| Кабель сигнальный VGA (монитор. 1.5м) | 5 | 0.2 | 1400.0 | 3.0 | 2.8 | 14.0 |
| Переходник keyboard at>ps2. ps2>at | 5 | 0.2 | 900.0 | 2.0 | 1.8 | 9.0 |
| Чистящий комплект для CD-ROM | 10 | 1.0 | 400.0 | 5.0 | 4.0 | 40.0 |
| Чистящий комплект для FDD | 10 | 0.4 | 650.0 | 3.0 | 2.6 | 26.0 |
| Чистящие салфетки | 5 | 0.7 | 471.4 | 4.0 | 3.3 | 16.5 |
| Copy Holder (к монитору) | 6 | 0.9 | 455.6 | 5.0 | 4.1 | 24.6 |
| Mobile Rack for HDD | 10 | 3.0 | 366.7 | 14.0 | 11.0 | 110.0 |
| Кабель USB A-B | 6 | 0.8 | 400.0 | 4.0 | 3.2 | 19.2 |
| Переключатель автоматич. 4 комп. - 1 принтер | 4 | 4.0 | 300.0 | 16.0 | 12.0 | 48.0 |
| Кабель 1.5м для автопереключателя | 4 | 0.4 | 650.0 | 3.0 | 2.6 | 10.4 |
| Бумага EPSON Photo A-4 (20sh) for 400/600/800 | 12 | 4.7 | 91.5 | 9.0 | 4.3 | 51.6 |
| Mouse Genius Easy+ | 47 | 1.2 | 233.3 | 4.0 | 2.8 | 131.6 |
| Mouse Genius EasyPro PS/2 | 10 | 2.0 | 150.0 | 5.0 | 3.0 | 30.0 |
| Mouse A4 OK-720 PS/2 2but | 10 | 1.2 | 150.0 | 3.0 | 1.8 | 18.0 |
| Mouse A4Tech SWW-23 (scroll) | 5 | 3.5 | 185.7 | 10.0 | 6.5 | 32.5 |
| Mouse A4Tech WWT-5 (scroll) | 3 | 4.3 | 202.3 | 13.0 | 8.7 | 26.1 |
| Mouse A4Tech WWW-23 (scroll) | 4 | 5.0 | 180.0 | 14.0 | 9.0 | 36.0 |
| Mouse A4Tech WWW-11 (scroll) | 6 | 5.2 | 188.5 | 15.0 | 9.8 | 58.8 |
| Mouse A4Tech WWW-31 (scroll) | 8 | 7.4 | 116.2 | 16.0 | 8.6 | 68.8 |
| Mouse A4Tech IRSW-25 (инфракрасный порт) | 4 | 15.0 | 33.3 | 20.0 | 5.0 | 20.0 |
| Mouse Genius NetScroll Eye Optical PS/2 | 5 | 18.0 | 27.8 | 23.0 | 5.0 | 25.0 |
| Mouse Genius NetScroll Eye Optical 5кн. | 5 | 20.0 | 25.0 | 25.0 | 5.0 | 25.0 |
| Коврик для мыши с валиком гелевый (клякса) | 10 | 3.6 | 94.4 | 7.0 | 3.4 | 34.0 |
| Коврик для мыши кожаный с подставкой | 10 | 9.2 | 63.0 | 15.0 | 5.8 | 58.0 |
| Коврик для мыши (ткань) | 30 | 0.3 | 293.9 | 1.3 | 1.0 | 29.1 |
| Коврик для мыши Verbatim | 30 | 0.5 | 440.0 | 2.7 | 2.2 | 66.0 |
| Джойстик Maxxtro JSK-110 штурвал | 5 | 9.5 | 110.5 | 20.0 | 10.5 | 52.5 |
| Джойстик Maxxtro JSK-210 штурвал | 5 | 7.0 | 71.4 | 12.0 | 5.0 | 25.0 |
| Джойстик Maxxtro JSK-330 штурвал | 5 | 25.0 | 48.0 | 37.0 | 12.0 | 60.0 |
| Джойстик JB-101 штурвал | 5 | 8.3 | 56.6 | 13.0 | 4.7 | 23.5 |
| Джойстик JB-103 штурвал | 5 | 10.0 | 110.0 | 21.0 | 11.0 | 55.0 |
| Джойстик JB-104 штурвал | 5 | 9.0 | 77.8 | 16.0 | 7.0 | 35.0 |
| Руль с педалями Wheel GeniusSpeedFormula | 2 | 53.0 | 34.0 | 71.0 | 18.0 | 36.0 |
| Руль с педалями Wheel Genius с отдачей | 1 | 104.0 | 34.6 | 140.0 | 36.0 | 36.0 |
| Клавиатура (rus/eng) | 47 | 3.2 | 118.8 | 7.0 | 3.8 | 178.6 |
| Клавиатура (rus/eng/kaz) | 5 | 3.3 | 112.1 | 7.0 | 3.7 | 18.5 |
| Клавиатура ACER | 10 | 5.3 | 126.4 | 12.0 | 6.7 | 67.0 |
| Клавиатура PHILIPS | 10 | 6.0 | 150.0 | 15.0 | 9.0 | 90.0 |
| Клавиатура SAMSUNG | 10 | 6.0 | 150.0 | 15.0 | 9.0 | 90.0 |
| Клавиатура BTC-7941 (мультимедийная) | 6 | 9.0 | 88.9 | 17.0 | 8.0 | 48.0 |
| Клавиатура BTC-9000A (мультимедийная) | 5 | 13.0 | 92.3 | 25.0 | 12.0 | 60.0 |
| Клавиатура Genius KB16 (мультимедийная) | 4 | 12.1 | 81.8 | 22.0 | 9.9 | 39.6 |
| Клавиатура Genius KB18 (мультимедийная) | 4 | 12.5 | 92.0 | 24.0 | 11.5 | 46.0 |
| Граф. планшет для рисования Genius "Easy Pen" | 2 | 19.0 | 57.9 | 30.0 | 11.0 | 22.0 |
| Case Minitower AT | 10 | 7.0 | 128.6 | 16.0 | 9.0 | 90.0 |
| Case Miditower ATX 250W Deluxe (S01.03.04) | 5 | 18.0 | 61.1 | 29.0 | 11.0 | 55.0 |
| Case Miditower ATX 250W FoxConn SuperCase (24.29.31.33) | 3 | 28.0 | 60.7 | 45.0 | 17.0 | 51.0 |
| Case Miditower ATX 250W FoxConn SuperCase (85.50) | 3 | 39.0 | 51.3 | 59.0 | 20.0 | 60.0 |
| Case Miditower ATX GENIUS HERCULES (keyb+mouse) | 2 | 70.0 | 50.0 | 105.0 | 35.0 | 70.0 |
| Блок питания AT 250W | 5 | 9.8 | 22.4 | 12.0 | 2.2 | 11.0 |
| Блок питания ATX 200W PowerSupply PIV | 5 | 13.0 | 84.6 | 24.0 | 11.0 | 55.0 |
| Блок питания ATX 300W PowerSupply PIV | 5 | 16.0 | 87.5 | 30.0 | 14.0 | 70.0 |
| ***Программное обеспечение*** |  |  |  |  |  |  |
| Windows XP Professional English | 2 | 312.0 | 92.3 | 600.0 | 288.0 | 576.0 |
| Linux Red Hat v5.43 | 1 | 100.0 | 65.0 | 165.0 | 65.0 | 65.0 |
| Windows Pro 2000 Russian | 2 | 110.0 | 354.5 | 500.0 | 390.0 | 780.0 |
| Microsoft Windows 98 Second Edtn Rus | 1 | 147.0 | 104.1 | 300.0 | 153.0 | 153.0 |
| Windows Millennium Edtn Russian | 1 | 154.0 | 29.9 | 200.0 | 46.0 | 46.0 |
| AVP Personal Pro | 5 | 55.0 | 27.3 | 70.0 | 15.0 | 75.0 |
| Office 98 | 2 | 123.0 | 199.2 | 368.0 | 245.0 | 490.0 |
| Microsoft OfficePro 2000 | 2 | 370.0 | 89.2 | 700.0 | 330.0 | 660.0 |
| Office XP | 3 | 302.0 | 90.4 | 575.0 | 273.0 | 819.0 |
| Visual C++ Standard | 3 | 71.0 | 83.1 | 130.0 | 59.0 | 177.0 |
| Visual Basic Pro 6.0 | 1 | 370.0 | 17.8 | 436.0 | 66.0 | 66.0 |
| Visual Fox Pro 6.0 | 1 | 392.0 | 14.8 | 450.0 | 58.0 | 58.0 |
| Fine Reader 5.0 Pro | 1 | 75.0 | 60.0 | 120.0 | 45.0 | 45.0 |
| Delphi 6 Personal Full System | 1 | 94.0 | 67.0 | 157.0 | 63.0 | 63.0 |
| Adobe Illustrator 9.0 | 1 | 162.0 | 68.5 | 273.0 | 111.0 | 111.0 |
| Adobe Photoshop 6.5 | 1 | 334.0 | 93.4 | 646.0 | 312.0 | 312.0 |
| CorelDraw 10 | 2 | 157.0 | 154.8 | 400.0 | 243.0 | 486.0 |
| 1С: Предприятие | 1 | 765.0 | 107.2 | 1585.0 | 820.0 | 820.0 |
| БЭСТ | 1 | 325.0 | 112.0 | 689.0 | 364.0 | 364.0 |
| ***Услуги*** |  |  |  |  |  |  |
| Диагностика компьютера |  |  |  | 3.0 | 3.0 |  |
| Модернизация компьютера |  |  |  | 5.0 | 5.0 |  |
| Подключение внешних устройств |  |  |  | 3.0 | 3.0 |  |
| Перепрошивка материнских плат |  |  |  | 5.0 | 5.0 |  |
| Запись на CD-R диск |  |  |  | 3.0 | 3.0 |  |
| Переустановка, конфигурация ОС (Windows, DOS) |  |  |  | 5.0 | 5.0 |  |
| Заправка картриджей |  |  |  | 10.0 | 10.0 |  |

Наценка образуется как сумма скидки поставщика и разницы цен Новосибирска, Москвы (для программного обеспечение) и Павлодара. Итоговая цена будет на 3%-6% ниже аналогичной цены по г. Павлодару, что соответствует нашей ценовой политике. Так же можно отметить то, что вся номенклатура и ассортимент товара в представленной таблице будет составлять на первый месяц. Уже в следующих месяцах объем продаваемых товаров, как и сам ассортимент, будет увеличиваться.

*7.2 ЗАТРАТЫ.*

Таблица № 9

Первоначальные затраты*.*

|  |  |
| --- | --- |
| План затрат | Стоимость, USD |
| Кассовый аппарат Mini 600 | 200 |
| 2 компьютера Athlon | 1200 |
| Принтер | 230 |
| Факс – модем | 80 |
| Кондиционер | 120 |
| Офисная мебель | 580 |
| Стеллажи | 420 |
| Жалюзи | 100 |
| Сигнализация | 300 |
| Изготовление вывески | 300 |
| Рекламная компания | 2000 |
| Ремонт квартир | 3300 |
| Электроэнергия и прочие ком. услуги | 15 |
| Зарплата продавцов, 3 человека за 1 месяц | 240 |
| Зарплата сторожей, 3 человека за 1 месяц | 180 |
| Зарплата уборщицы за 1 месяц | 40 |
| Зарплата грузчика за 1 месяц | 50 |
| Зарплата менеджера – товароведа за 1 месяц | 200 |
| Страхование имущества | 360 |
| Регистрация, оформление, разрешение | 27 |
| Прочие расходы | 500 |
| Всего затрат: | 10442 |

По ставкам налогового кодекса РК рассчитаем суммы налогов на имущество, социального налога, НДС, земельного и подоходного налогов.

* НДС выплачивается ежемесячно. НДС = 16% от валовой прибыли = 27681.4 \*16%=4429 USD за июль 2002 года.
* Налог на имущество 1% от среднегодовой стоимости имущества. Выплачивается 4 раза в год, по кварталам: 20 февраля, 20 мая, 20 августа, 20 ноября. Стоимость имущество = 8800 USD/4=22 USD в квартал. В год 88 у.е.
* Земельный налог выплачивается по кварталам: 20 февраля, 20 мая, 20 августа, 20 ноября. Площадь имущества – 135 м2 \* 9,35тенге/м2 =1290 – 8,5 у.е.
* Подоходный налог выплачивается ежемесячно в размере (на июль 2002 года)

(27681.4 $-4429$)\*30%=6976$

Общие транспортные расходы на доставку товаров из Новосибирска составляют :

* Затраты на бензин: 240 литров \* 35 тенге=8400 тенге. Расход 20 литров на 100 км, расстояние туда и обратно 1200 км
* Аренда грузового автомобиля 75000 тенге. (Время пути 50 часов, стоимость 1 часа аренды 1500 тенге).
* Наем водителя 7500 тенге. (За час работы 150 тенге).
* Наем 2 грузчиков-охранников 14000 тенге. (За час работы 140 тенге).
* Итого: 104900 тенге – 686 у.е.

Общие транспортные расходы на доставку программного обеспечения из Москвы составляют:

* Затраты на проезд на поезде 500 у.е.
* Проживание – 100 у.е.(50 у.е. в день)
* Итого:600 у.е.

Таблица № 10

Смета затрат на 2002 – 2003 годы.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Денежные издержки по статьям** | | **2002** | | | | | | |
| *июль* | *август* | *сентябрь* | *октябрь* | *ноябрь* | *декабрь* | **Итого** |
| **1** | **Закупка продукции** | 63893.6 | 95185.0 | 112081.0 | 135743.0 | 150000.0 | 150000.0 | 706902.6 |
| **2** | **Транспортировка** | 1286.0 | 1286.0 | 1286.0 | 1286.0 | 1286.0 | 1286.0 | 7716.0 |
| **3** | **Выплаты по кредиту** | 5167 | 5084.0 | 5000.0 | 4917 | 4834 | 4750 | 29752 |
| **4** | **НДС** | 5006.6 | 7458 | 8782 | 10636.0 | 11752.8 | 11752.8 | 55388.2 |
| **5** | **Имущественный налог** | 0.0 | 22.0 | 0.0 | 0.0 | 22.0 | 0.0 | 44.0 |
| **6** | **Земельный налог** | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 4.2 |
| **7** | **Подоходный налог** | 7885.4 | 11739.0 | 13831.0 | 16751.0 | 18503.4 | 18510.7 | 87220.5 |
| **8** | Оборудование | 2430.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2430.0 |
| **9** | **Офисная мебель** | 800.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 800.0 |
| **10** | **Ремонт офиса** | 3300.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3300.0 |
| **11** | **Страхование** | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 3600.0 |
| **12** | **Затраты на рекламы** | 2300.0 | 2300.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 6600.0 |
| **13** | **Регистрация,оформление, разрешение** | 27.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 27.0 |
| **14** | **Электроэнергия и коммунальные услуги** | 15.0 | 15.0 | 15.0 | 17.0 | 19.0 | 22.0 | 103.0 |
| **15** | **Заработная плата** | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 4260.0 |
| **16** | **Прочие расходы** | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 3000.0 |
| **Итого за месяц/год:** | | 93920.6 | 124901.1 | 143305.0 | 171660.0 | 188729.3 | 188631.5 | 911147.5 |

Продолжение таблицы № 10

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **2003** | | | | | | | | | | | | |
| *январь* | *февраль* | *март* | *апрель* | *май* | *июнь* | *июль* | *август* | *сентябрь* | *октябрь* | *ноябрь* | *декабрь* | **Итого** |
| **1** | 150000.0 | 150000.0 | 150000.0 | 150000.0 | 150000.0 | 150000.0 | 170000.0 | 190000.0 | 210000.0 | 230000.0 | 250000.0 | 270000.0 | 2220000.0 |
| **2** | 1286.0 | 1286.0 | 1286.0 | 1286.0 | 1286.0 | 1286.0 | 2572.0 | 2572.0 | 2572.0 | 2572.0 | 2572.0 | 2572.0 | 12860.0 |
| **3** | 4667.0 | 4584.0 | 4500.0 | 4417.0 | 4334.0 | 4250.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 26752.0 |
| **4** | 11752.8 | 11752.8 | 11752.8 | 11752.8 | 11752.8 | 11752.8 | 13328.0 | 14896.0 | 16464.0 | 18032.0 | 19600.0 | 21168.0 | 174004.8 |
| **5** | 0.0 | 22.0 | 0.0 | 0.0 | 22.0 | 0.0 | 0.0 | 22.0 | 0.0 | 0.0 | 22.0 | 0.0 | 88.0 |
| **6** | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 8.4 |
| **7** | 18510.7 | 18503.4 | 18510.7 | 18510.7 | 18503.4 | 18510.7 | 20992.0 | 23454.0 | 25930.8 | 28400.4 | 30862.8 | 33339.6 | 274029.2 |
| **8** | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3000.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3000.0 |
| **9** | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 500.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 500.0 |
| **10** | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3300.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 3300.0 |
| **11** | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 600.0 | 7200.0 |
| **12** | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 6000.0 |
| **13** | 30.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 30.0 |
| **14** | 25.0 | 23.0 | 22.0 | 19.0 | 18.0 | 17.0 | 18.0 | 18.0 | 20.0 | 21.0 | 23.0 | 25.0 | 249.0 |
| **15** | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 710.0 | 8520.0 |
| **16** | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 500.0 | 1000.0 | 1000.0 | 1000.0 | 1000.0 | 1000.0 | 1000.0 | 9000.0 |
|  | 188581.5 | 188483.3 | 188381.5 | 188295.5 | 188228.3 | 188126.5 | 216520.0 | 233774.1 | 257796.8 | 281835.4 | 305891.9 | 329914.6 | 2745541.4 |

* 1. *ОБЪЕМ ПРОДАЖ.*

Таблица № 11

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | | **2002** | | | | | | |
| *июль* | *август* | *сентябрь* | *октябрь* | *ноябрь* | *декабрь* | **Итого** |
| **1** | Компьютеры | 47 | 73 | 82 | 99 | 108 | 108 | 517 |
| **2** | **Периферийная техника** | 138 | 206 | 243 | 294 | 323 | 323 | 1527 |
| **3** | **Комплектующие** | 443 | 660 | 779 | 943 | 1037 | 1037 | 4899 |
| **4** | **Акссесуары** | 627 | 934 | 1102 | 1333 | 1466 | 1466 | 6928 |
| **5** | **Ремонт** | 22 | 34 | 37 | 41 | 45 | 48 | 227 |
| **6** | **Заправка картриджей** | 0 | 30 | 35 | 37 | 40 | 45 | 187 |
| **7** | **Компьютерные сети** | 4 | 4 | 5 | 5 | 6 | 7 | 31 |
| **8** | **Сервисное обслуживание** | 30 | 42 | 47 | 52 | 57 | 63 | 291 |
| **9** | **Программное обеспечение** | 32 | 48 | 57 | 69 | 76 | 76 | 358 |

Продолжение таблицы № 11

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **2003** | | | | | | | | | | | | | |
| **№** | *январь* | *февраль* | *март* | *апрель* | *май* | *июнь* | *июль* | *август* | *сентябрь* | *октябрь* | *ноябрь* | *декабрь* | **Итого** |
| **1** | 108 | 108 | 108 | 108 | 108 | 108 | 122 | 137 | 151 | 165 | 180 | 194 | 1597 |
| **2** | 323 | 323 | 323 | 323 | 323 | 323 | 365 | 408 | 449 | 489 | 533 | 576 | 4758 |
| **3** | 1037 | 1037 | 1037 | 1037 | 1037 | 1037 | 1172 | 1313 | 1444 | 1574 | 1716 | 1853 | 15294 |
| **4** | 1466 | 1466 | 1466 | 1466 | 1466 | 1466 | 1657 | 1856 | 2042 | 2226 | 2426 | 2620 | 21623 |
| **5** | 52 | 55 | 58 | 62 | 66 | 70 | 74 | 78 | 81 | 84 | 87 | 90 | 857 |
| **6** | 50 | 53 | 56 | 60 | 63 | 66 | 70 | 73 | 75 | 78 | 81 | 85 | 810 |
| **7** | 7 | 8 | 8 | 9 | 9 | 10 | 10 | 10 | 11 | 10 | 10 | 11 | 113 |
| **8** | 68 | 74 | 80 | 85 | 90 | 95 | 100 | 111 | 114 | 120 | 124 | 130 | 1191 |
| **9** | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 | 86 | 96 | 106 | 118 | 127 | 137 | 1126 |

*7.4 ДОХОД.*

Таблица № 12

Валовой и чистый доход

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Доход** | | **2002** | | | | | | |
| *июль* | *август* | *сентябрь* | *октябрь* | *ноябрь* | *декабрь* | **Итого** |
| **1** | **Валовой доход** | 31288.7 | 46612.1 | 54886.1 | 66473.3 | 73455.0 | 73455.0 | 346170.2 |
| **2** | **Чистый доход** | 1261.7 | 16896.0 | 23662.1 | 30556.3 | 34725.7 | 34823.5 | 141925.3 |

Продолжение таблицы № 12

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2003** | | | | | | | | | | | | |
| **№** | *январь* | *февраль* | *март* | *апрель* | *май* | *июнь* | *Июль* | *август* | *сентябрь* | *октябрь* | *ноябрь* | *декабрь* | **Итого** |
| **1** | 73455.0 | 73455.0 | 73455.0 | 73455.0 | 73455.0 | 73455.0 | 83249.0 | 93043.0 | 102837.0 | 112631.0 | 122425.0 | 132219.0 | 1087134.0 |
| **2** | 34873.5 | 34971.7 | 35073.5 | 35159.5 | 35226.7 | 35328.5 | 36729.0 | 49268.9 | 55040.2 | 60795.6 | 66533.1 | 72304.4 | 827921.2 |

Валовой доход образуется путем умножения затрат на приобретение товаров на коэффициент дохода k, k =49% и показывает соотношение рыночной и оптовой цены на товары. Чистый доход равен разнице между валовым доходом и суммой издержек за месяц/год.

* 1. *КРЕДИТНЫЙ ПЛАН.*

Компания «DELPHI» намерена взять кредит в ОАО «Банк ТуранАлем» в целях увеличения товарооборота и пополнения оборотного капитала для дальнейшего роста по программе поддержки малого бизнеса Европейского Банка Реконструкции и Развития. Кредит будет браться под залог недвижимого имущества учредителей ТОО «DELPHI» в следующем процентном соотношении:

* Шенфельд В.Ю. 27500 USD (45% от суммы кредита);
* Иванов О. В. 12500 USD (25%);
* Петров А. В. 7500 USD (15%);
* Сидоров М. В. 7500 USD (15%);

Предоставлен кредит эквивалентный 50.000 USD сроком на 1 год, под 24% годовых. Использована система погашений – ежемесячно равными долями сумму основного долга и

процентов.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Месяцы** | *июль* | *август* | *сентябрь* | *октябрь* | *ноябрь* | *декабрь* | *январь* | *февраль* | *март* | *апрель* | *май* | *июнь* |
| **Долг на начало периода** | 50000 | 45833 | 41667 | 37500 | 33333 | 29167 | 25000 | 20833 | 16667 | 12500 | 8333 | 4167 |
| **Процент** | 2,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% | 2,0% |
| **Сумма процентов в USD** | 1 000 | 917 | 833 | 750 | 667 | 583 | 500 | 417 | 333 | 250 | 167 | 83 |
| **Основной долг в USD** | 4167 | 4167 | 4167 | 4167 | 4167 | 4167 | 4167 | 4167 | 4167 | 4167 | 4167 | 4167 |

Итого процентов: 6,500 USD  
Итого выплата основного долга + проценты: 56,500 USD  
  
В итоге ТОО «DELPHI» заплатит за пользованием кредита сумму эквивалентную 6,500 USD, что

составило гораздо меньше, чем 24% годовых, если бы погашение осуществлялось единовременным платежом в конце срока пользования кредитом, в данном случае 12,000 USD.

* 1. *ФОРМИРОВАНИЕ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ УСТАВНОГО ФОНДА, РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ.*

Начальный уставной капитал состоит из вкладов учредителей 43681 USD и кредита на сумму 50000 USD. Первые три месяца вся чистый доход будет направлена на увеличение уставного фонда до 160530 USD. Далее в течение 9 месяцев доход будет полностью распределяться между участниками товарищества. После полной выплаты кредита планируется в течение 6 месяцев нарастить уставной фонд до 280800 USD (по 20000 USD в месяц), а оставшуюся часть прибыли распределять между участниками. В последующем рост уставного фонда будет определяться развитием рынка г. Павлодара.

Доход, получаемая участниками ТОО отображена в таблице № 13. Распределение прибыли будет происходить пропорционально доле первоначального вклада каждого из участников.

Таблица № 13

Распределение уставного фонда

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Показатели** | **2002** | | | | | | |
| *июль* | *август* | *сентябрь* | *октябрь* | *ноябрь* | *декабрь* | **Итого** |
| **1** | **Размер уставного фонда** | 74423.6 | 105715.0 | 122611.0 | 146273.0 | 160530.0 | 160530.0 | - |
| **2** | **Чистый доход учредителей ТОО** | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 16299.0 | 34726.0 | 34799.8 | 85824.8 |
| **3** | **Суммарный чистый доход** | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 16299.0 | 51025.0 | 85824.8 | - |
| **4** | **Первоначальные вложения + долг по кредиту** | 93681.0 | 89514.0 | 85348.0 | 81181.0 | 77014.0 | 72848.0 | - |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **2003** | | | | | | | | | | | | |
| *январь* | *февраль* | *март* | *апрель* | *Май* | *июнь* | *Июль* | *Август* | *сентябрь* | *октябрь* | *ноябрь* | *декабрь* | **Итого** |
| **1** | 160530.0 | 160530.0 | 160530.0 | 160530.0 | 160530.0 | 160530.0 | 180800.0 | 200800.0 | 220800.0 | 240800.0 | 260800.0 | 280800.0 | - |
| **2** | 34873.5 | 34971.7 | 35073.5 | 35159.5 | 35226.7 | 35328.5 | 16729.0 | 29268.9 | 35040.2 | 40795.6 | 46533.1 | 52304.4 | 431304.6 |
| **3** | 120698.3 | 155670.0 | 190743.5 | 225903.0 | 261129.7 | 296458.2 | 313187.2 | 342456.1 | 377496.3 | 418291.9 | 464825.0 | 517129.4 | - |
| **4** | 68681.0 | 64514.0 | 60348.0 | 56181.0 | 52014.0 | 47848.0 | 43681.0 | 43681.0 | 43681.0 | 43681.0 | 43681.0 | 43681.0 | - |

*7.7 ПЕРИОД ДОСТИЖЕНИЯ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ.*

На основе данных таблицы № 13 построим график окупаемости проекта. Как видно из графика, проект окупится через 4,5 месяца, т.е. когда произойдет пересечение двух кривых.



Рис. № 7 График окупаемости проекта.

***СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.***

1. Бизнес-план фирмы: «Теория и практика» Буров В.П., Ломакин А.Л., Морошкин В.А – Москва, 2000 г.
2. Бизнес-план. Методические материалы. Н.А. Колесникова, А.Д. Миронов – Москва, 2001 г.
3. Методические рекомендации по бизнес планированию. В.М. Попов, И.В. Безлепкин, С.И. Ляпунов – Москва, 2001 г.
4. Менеджмент в малом бизнесе: бизнес-план. В. А. Питателев – Москва, 1999 г.
5. Бизнес-план: отечественный и зарубежный опыт. Попов В.М., Ляпунов С.И., Мингазов Х.Х. – Москва 1999 г.
6. «Основа маркетинга» Котлер Ф. – Москва 1990 г.
7. «Маркетинг» Д.Эванс, Б.Берман – Москва1997 г.
8. Справочная система «Юрист».
9. Гражданский Кодекс Республики Казахстан.
10. Юридический сайт Республики Казахстан URL: www.zakon.kz
11. Официальный московский дистрибьютор комплектующих URL: www.denikin.ru
12. Российский поисковый сервер товаров и цен на рынке комплектующих и оргтехники URL: http://www.price.ru/