# 

# Содержание

Меморандум конфиденциальности…………..……………………. [1](#_Toc158594071)

[1 Резюме 2](#_Toc158594072)

[2 виды товаров и услуг 6](#_Toc158594073)

[3 рынки сбыта 7](#_Toc158594074)

[4 Конкуренция на рынках сбыта 10](#_Toc158594077)

[5 План маркетинга 13](#_Toc158594079)

[6 План производства 15](#_Toc158594081)

[7 организационный план 26](#_Toc158594091)

[8 Правовое обеспечение деятельности организации 28](#_Toc158594096)

[9 Оценка риска 29](#_Toc158594097)

[10 Финансовый план 33](#_Toc158594100)

[11 стратегия финансирования 42](#_Toc158594105)

# Меморандум конфиденциальности

Бизнес–план представляется для рассмотрения на конфиденциальной основе исключительно для принятия решения по финансированию проекта и не может быть использован для копирования или каких-либо других целей, а также передаваться третьим лицам.

Принимая на рассмотрение данный бизнес-план, получатель берет на себя ответственность и гарантирует возврат данной копии ,если он не намерен инвестировать капитал в данное производство.

Все данные оценки, планы и выводы, приведенные в проекте, касаются его потенциальной прибыльности, объемов реализации, расходов, основывающихся на согласованных мнениях участников разработки инвестиционного проекта.

Информация, содержащаяся в бизнес-плане, получена из источников, заслуживающих доверие.

# 1 Резюме

Суть проекта: Рынок услуг в своем роде уникален. В развитых странах более 30% рабочей силы задействовано именно в сфере услуг. В России в связи с интенсивным ростом числа предпринимателей и частных фирм этому сектору предрекают великое будущее. Уже давно было замечено, что повышение благосостояния населения обязательно ведет к желанию закрепить собственный престиж, переложить часть своих обязанностей на третьи лица.

Когда речь идет о выполнении каких-либо функциях, о которых имеешь не совсем четкое представление, и в то же время существуют независимые люди, которые сделают это намного лучше и быстрее, инстинктивно возникает мысль: «Почему бы, не поручить данную работу им, за хорошее вознаграждение, конечно?!»

Настоящий бизнес-план представляет Общество с ограниченной ответственностью ООО «CUPID» с целью привлечения инвестиционных средств, позволяющих реализовать проект создания в г. Уфе посреднического агентства, оказывающего услуги по организации и обслуживанию свадеб. *Аналогичных компаний* в Уфе не существует, наиболее близкими по сути своей работы являются услуги частных лиц, как правило, любителей.

Цели проекта:

* Получение положительных финансовых результатов;
* Создание специализированного агентства свадебных церемоний в целях развития инфраструктуры г. Уфы;
* Предоставление многочисленных услуг по проведению семейных торжеств, посвященных бракосочетанию, приближенных к международному уровню;
* Создание не менее 10 дополнительных рабочих мест.

Явным преимуществом нашей фирмы являются относительно усредненные цены по сравнению с фирмами - конкурентами благодаря небольшим размерам фирмы. Кроме того, наша фирма предоставляет в комплексе разнообразные услуги, учитывая вкус и предпочтения каждого клиента в отдельности. Помимо собственных сил в организации свадебных торжеств, ООО «CUPID» имеет возможности договоренности с другими сторонними организациями на условиях получения комиссионных от клиента.

ООО «CUPID» предоставляет следующие услуги:

* + - дизайн и рассылка свадебных приглашений;
    - составление букета невесты;
    - услуги стилиста и визажиста;
    - оформление интерьера помещения по заказу клиента;
    - организация свадебного стола;
    - прокат авто (свадебный кортеж);
    - услуги квалифицированного свадебного церемониймейстера (тамады);
    - услуги музыкального ди-джея;
    - фото и видеосъемка;
    - развоз гостей;

В будущем планируется расширение номенклатуры услуг:

* оказание юридических консультаций по составлению брачного контракта;
* услуги туристических фирм по организации свадебных путешествий;

Поскольку мы являемся Обществом с Ограниченной Ответственностью, то уставный капитал формируется за счет сумм вкладов учредителей, и каждый из них отвечает по обязательствам фирмы в пределах своего вклада. Сумма инвестиционных вложений составит 424 тысячи рублей, в том числе в виде основных средств. Предполагается разнесение суммы инвестиций на две части:

* 414 тыс. рублей как ссуда компании на финансирование первой этапа наращивания производственных мощностей (4 квартал 2006 года);
* 10 тыс. рублей в 1 квартале 2007 года.

Внесенные денежные средства будут использованы на оплату аренды помещения под офис, его ремонт, оборудование (офисная мебель, ЭВМ и т.п.). Последующие издержки будут покрываться из текущих доходов от реализации продукции.

Доходы участников проекта складываются из роста капитализации компании.

Начало реализации (инвестирование) проекта в г. Уфе при стабильных рыночных условиях намечается в 4 квартале 2006 года.

Предполагаемый объем услуг – 18 свадеб в течение 1 квартала 2007 г. Ожидаемая прибыль – 408,4 тыс. руб. (в конце первого финансового года).

Ниже приведены интегральные показатели привлекательности инвестиций в создание компании (табл.1).

Таблица 1.Показатели эффективности инновационного проекта

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Значение** |
| Период окупаемости, лет. | 1,6 |
| Индекс рентабельности инвестиций | 2,44 |
| Внутренняя норма доходности, % (IRR) | 99,37 |
| Чистая текущая стоимость , тыс. руб. (NPV) | 1010,27 |

Первоначальный штат агентства составляет 11 человек, с последующим его увеличением пропорционально объему производства. Работники агентства составляют цветочные букеты, делают маникюр и прическу, выполняют роли тамады, музыкального ди-джея, видеооператора на свадьбах, параллельно осуществляя посредническую связь клиентов со столовыми и ресторанами, фотосалонами, частными таксистами и т.д.

# 2 виды товаров и услуг

Номенклатура продукции сторонних организаций устанавливается ими самими. Функция ООО «CUPID» состоит в предоставлении ознакомительной информации нашим клиентам и, в случае согласия, осуществлении посреднических услуг в составлении договора.

При положительных финансовых результатах в ближайшей перспективе возможно предоставление юридических консультаций, заключение договоров туристических поездок молодоженов.

Таблица 2. Спектр услуг

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Перечень услуг | Ед.изм. |
| 1 | Составление и рассылка пригласительных | шт. |
| 2 | Прическа невесте | чел. |
| 3 | Маникюр невесте | чел. |
| 4 | Макияж невесте | чел. |
| 5 | Составление букета невесты | шт. |
| 6 | Предоставление свадебного картежа | маш./ ч |
| 7 | Оформление интерьера помещения | шт. |
| 8 | Накрытие свадебного стола | порция |
| 9 | Услуги свадебного церемониймейстера | на 1 св. |
| 10 | Музыкальное оформление | на 1 св. |
| 11 | Фотосъемка | шт. |
| 12 | Видеосъемка | на 1 св. |
| 13 | Развоз гостей | автобус |

# 3 рынки сбыта

Маркетинговые исследования

Одна из основных целей маркетингового исследования – определение рыночных возможностей нашей компании. Для оценки потенциального и целевого рынка маркетологом нашей фирмы было проведено исследование рынка предоставления свадебных услуг. На основе него составлен рыночный прогноз.

В качестве первичных данных для исследования была принята статистическая информация Уфимского Центра отчетности и статистики о количестве браков, зарегистрированных в городе Уфе за 2006 год. (табл.3).

Таблица 3. Динамика регистраций браков в г.Уфе в 2006 году.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Кварталы | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал |
| Количество зарегистрированных браков | 736 | 700 | 855 | 832 |

Данное количество свадеб составляет для нашей фирмы совокупность гипотетических клиентов, среди которых необходимо выделить потенциальный рынок, т.е. пары, проявляющие достаточный уровень интереса к нашему рыночному предложению, а также целевой рынок, представляющий собой часть доступного рынка, которая будет выбрана фирмой для дальнейшей работы.

Для оценки потенциального рынка наша фирма воспользовалась данными опроса, проведенного двумя нашими сотрудниками на входе Дворца бракосочетаний (Центрального ЗАГСа г. Уфы). Ими были опрошены 50 пар, подавших заявления на регистрацию брака (Опрос проводился в последней декаде октября 2004 года).

Анкета составлялась с целью оценки потенциальных клиентов, выявления характеристик целевой группы, а также данных, которые позволят сформировать наиболее оптимальную ценовую и маркетинговую стратегию. Бланк анкеты представлен в приложении.

Все полученные анкеты подверглись детальному анализу, и готовность пар обратиться в нашу фирму была оценена по следующей шкале вероятности (табл.4).

Таблица 4. Готовность пар использовать услуги ООО «CUPID»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 0.00 | 0.20 | 0.40 | 0.60 | 0.80 | 1.00 |
| Нет | Небольшая вероятность | Достаточная вероятность | Весьма высокая вероятность | Высокая  вероятность | Да |
| 34 % пар | 25 % пар | 20 % пар | 11 % пар | 6 % пар | 4 % пар |

Анкетные данные пар, составляющих группы с весьма высокой вероятностью, а также однозначно ответивших «Да» были обобщены, и в результате мы получили характеристику целевой группы, т.е. те пары, которые с наибольшей вероятностью станут нашими клиентами. Ниже в таблице представлены данные о среднестатистической паре из целевой группы (табл.5).

Таблица 5. Характеристика целевой группы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатели | Данные жениха | Данные невесты |
| Возраст | 25-40 лет | 20-30 лет |
| Образование | Высшее | Высшее и неполное высшее |
| Среднемесячный заработок | 7 000 –15 000 руб. | |

Информация о парах целевой группы была учтена для исследования генеральной выборки и нахождения резервов для дальнейшего расширения деятельности фирмы, причем следует помнить, что величина целевой группы определена без учета возможного притока дополнительных клиентов, которые откликнуться на рекламу фирмы.

Емкость рынка

Вследствие сегментации рынка был определен прогноз продаж фирмы (табл.6). Прогноз продаж фирмы (или прогноз её торгового оборота) – это ожидаемый объем оказания услуг фирмой, основанный на оценке рыночной ситуации и утвержденном маркетинговом плане.

Таблица 6. Прогноз продаж ООО «CUPID»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Кварталы 2005 года | I квартал | II квартал | III квартал | IV квартал |
| Прогноз продаж фирмы (пары) | 18 | 16 | 29 | 21 |



*Рисунок 5. Динамика заказов*

Данные рисунка 5 выражают пессимистический прогноз и представляют собой то количество пар, на которое фирма с уверенностью может рассчитывать на начальном этапе внедрения проекта, когда фирма еще не обладает значительным производственным потенциалом. Отсутствие заказов в мае месяце обусловлено боязнью молодых людей «маяться всю жизнь» (народная примета). Целесообразнее всего было выделить данный месяц под отпуска сотрудников.

# 4 Конкуренция на рынках сбыта

Доля рынка, уровня прибыли нашей фирмы определяется тем, насколько эффективно ООО «CUPID» противодействует следующим конкурентным силам (Рис.6):

* проникающим в отрасль новым конкурентам, оказывающим подобные услуги (новые церемониальные агентства с лучшей дифференциацией услуг и опирающихся на известные торговые марки);
* предприятиям-конкурентам, уже закрепившимся на данном рынке (экономия на масштабе и опыте уже обосновавшихся фирм помогает удерживать издержки на таком низком уровне, который недоступен ООО «CUPID» на первоначальной стадии развития);
* угрозе со стороны услуг-заменителей, удовлетворяющих те же потребности, но несколько иными способами (для ООО «CUPID» субститутом является проведение свадеб собственными силами семей);
* воздействию поставщиков (поставщики канцтоваров, цветов и прочих аксессуаров могут повышать цену на свои товары или/и снижать качество поставок);
* воздействию клиентов (давление на цены услуг в целях их снижения, требования более высокого качества обслуживания).

Поэтому из числа общих конкурентных стратегий ООО «CUPID» выбрал стратегию фокусировании, т.е. сосредоточение внимания на одном из сегментов рынка услуг в лице особой группы клиентов (обеспеченные, интеллигентные мужчины и женщины в возрасте от 20 до 40 лет).

Благодаря избранной стратегии, наша фирма обладает рядом преимуществ по сравнению с конкурентами (табл. 7).

Таблица 7.Сравнительная характеристика ООО «CUPID» и конкурентных фирм

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Фактор | Конкуренты (частные предприниматели или салоны) | Агентство ООО «CUPID» |
| Спектр услуг | Услуги однородны. Клиент вынужден обращаться в несколько сервисных служб сразу | Услуги разнообразны. Клиент, воспользовавшись услугами только нашего агентства, решает несколько задач сразу. |
| Стоимость услуг | Цены низкие или слишком высокие | Средние цены |
| Качество услуг | Каждая фирма отвечает только за свою часть, что ведет к несогласованности и неорганизованности проведения мероприятия в целом | Посредник четко координирует деятельность всех участников, полностью неся ответственность за дисбаланс в организованности всего торжества, что ведет к более качественному обслуживанию |
| Сроки оказания услуг | Подача заявки на проведение торжества ранжируется в отдельных фирмах от 2 недель до 2 месяцев | Полная договоренность агентства с каждой из служб, позволяет сократить сроки подачи заявки до 10 дней |
| Реклама,  имидж | Полное отсутствие информации о существовании подобных фирм, или частичная реклама (тамада, видео и фото) в печатных изданиях | Широкая реклама на телевидении (бегущая строка), в газетах, рекламные щиты, листовки в салонах для новобрачных |
| Источники финансирования | Государственный/муниципальный бюджеты, кредиты и займы, собственные средства | Собственные средства |

SWOT анализ ООО «CUPID»

Таблица 8.Матрица SWOT-анализа ООО «CUPID»

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны: | Слабые стороны: |
| * наличие разнообразного спектра услуг; * приемлемые средние цены; * качественное обслуживание; * наличие деловых связей с другими частными предпринимателями; * наличие потенциальных клиентов; * широкая реклама | * отсутствие дополнительных источников финансирования; * срочность осуществления первого этапа проекта для завоевания рынка; * необходимость создания имиджа заслуживающей доверия фирмы; * большая конкуренция, представленная услугами частных лиц |
| Возможности: | Угрозы: |
| * расширение номенклатуры услуг; * совершенствование качества обслуживания; * гибкое сезонное позиционирование услуг; * партнерство с другими фирмами | * возможность конкуренции со стороны государственных и муниципальных фирм * возможность ужесточения законодательства и экономических условий; * инфляция; * демографический спад и как следствие, снижение количества браков |

Сущность разработки SWOT-матрицы (табл.8) заключается в оценке перспектив финансово-хозяйственной деятельности предприятия в двух аспектах. Говоря о сегодняшнем положении фирмы, определяют его достоинства и недостатки, а взгляд на перспективу выявляет возможности продолжения дальнейшей деятельности и угрозы успешному выполнению планов.

# 5 План маркетинга

Создание фирмы, оказывающей полный комплекс услуг по организации свадьбы, является инновацией для нашего города, и поэтому для широкого внедрения на рынок необходима маркетинговая стратегия, обусловленная менталитетом населения г. Уфы.

Таким образом, оптимальными будут следующие формы рекламы:

* *Информативная реклама*, которая сыграет важную роль на начальной стадии реализации проекта, когда ее цель будет заключаться в создании первичного спроса.
* *Реклама как убеждение,* она приобретет особое значение на стадии конкурентной борьбы, когда наша фирма будет стремиться создать устойчивый спрос на наши услуги. Причем, одним из направлений будет *сравнительная реклама*, цель которой – установление превосходства по качеству и уникальности наших услуг.

Воспользовавшись таблицей оценки эффективности рекламы. Ф. Котлера, мы выбрали лишь некоторые рекламные средства услуги ООО «CUPID», представленные в таблице 9.

Таблица 9. Виды рекламных средств, используемых ООО «CUPID»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Средство рекламы** | **Отношение «цена/достигаемый эффект»** | **Преимущества** | **Недостатки** |
| Радио | Высокий результат при небольших затратах | Массовость и невысокая стоимость, воздействие на целевую группу. | Только восприятие на слух, непродолжительность воздействия. |
| Рекламные щиты | Относительно высокий эффект при средних затратах | Наглядность и высокий показатель повторных контактов. | Отсутствие избирательности аудитории. |
| Рекламные листовки | Небольшая стоимость при среднем эффекте | Гибкость и своевременность, дешевизна. | Творческие ограничения и недолгий «срок жизни». |

Выбранные средства удачно скомбинированы и в целом принесут высокую эффективность. Не стоит недооценивать значение рекламы: даже если фирма переусердствует, затраты на рекламу имеют долговременный эффект. Хотя расходы на рекламу относятся к текущим затратам, в действительности они являются скорее инвестициями, направленными на создание нематериальной, но чрезвычайно значимой ценности – имиджа фирмы и репутации торговой марки.

Стратегии ценообразования

Методика разработки политики ценообразования предполагает анализ множества факторов, которые будут описаны ниже.

Прежде всего, компания определяет задачу ценообразования, т.е. чего она хочет добиться, предлагая данную услугу. Проект рассчитан на долгосрочную перспективу, поэтому главной задачей для фирмы является *максимальный рост продаж*. Следовательно, ценообразование будет ориентировано на проникновение на рынок и его широкий охват.

Вместе с тем следует помнить, что компания ограничена в установлении нижнего порога цен за свои услуги ценами поставщиков первичных услуг, а максимальная цена, которую фирма может запросить за свои услуги, регулируется уровнем спроса. Таким образом, компания стремится установить такую цену, которая покрывала бы все издержки на оказание необходимых услуг и реализацию маркетинговой политики, включая вознаграждение за приложенные усилия и риск. Оптимальным будет *формирование цены методом «издержки плюс надбавка».*

Отличительной особенностью установления цены за услуги является то, что цена не является однотипной. Имеется в виду вариантность цен в зависимости от качества и уровня предоставляемой услуги. Вследствие этого конкретные цены на отдельные заказы будут варьироваться, хотя и незначительно.

Таким образом, ООО "CUPID" выходит на рынок с относительно низкими ценами на свои услуги с целью завоевания этого рынка. Затем по мере возрастания рынка цены будут незначительно, но расти. Так же на первых стадиях фирма будет делать все возможное, чтобы у нее появился имидж в целях привлечения крупных клиентов. Далее фирма будет направлять большую часть прибыли на расширение деятельности.

# 6 План производства

6.1 Инвестиционная программа

Деятельность ООО «CUPID» стартует в 4 квартале 2007 года.

Таблица 10. Основные инвестиционные издержки ( в ценах 1-го периода).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статья** | **Кена компл тыс. руб.** | **Кол-во компл.** | **Коэффиц. амортиз.** | **Период ввода** | **Итого: тыс. руб.** |
| **Прединвестиционные издержки** |  |  |  |  | **31,21** |
| **Оборотные средства, в том числе** |  |  |  |  | **95,39** |
| **Ремонт помещения (50 кв. м.)** |  |  |  |  | **57,29** |
| **Мебель, в том числе** |  |  |  |  | **38,1** |
| *мягкая мебель* | 12,00 | 1 |  | 1кв.2002 | 12 |
| *офисная мебель, в том числе* |  |  |  | 1кв.2002 | 0 |
| *стол* | 6,00 | 2 |  | 1кв.2002 | 12 |
| *кресла* | 1,80 | 2 |  | 1кв.2002 | 3,6 |
| *стулья* | 0,50 | 7 |  | 1кв.2002 | 3,5 |
| *прочее* | 7,00 | 1 |  | 1кв.2002 | 7 |
| **Итого** | **27,30** |  |  |  | **38,1** |
| **Основные средства** |  |  |  |  | **282,40** |
| *компьютер, 3 шт.* | 25,00 | 3 | 0,12 | 1кв.2002 | 75,00 |
| *сканер* | 2,50 | 1 | 0,12 | 1кв.2002 | 2,50 |
| *принтер ч/б* | 3,00 | 1 | 0,12 | 1кв.2002 | 3,00 |
| *принтер цветной* | 12,00 | 1 | 0,12 | 1кв.2002 | 12,00 |
| *колонки* | 5,00 | 1 | 0,12 | 1кв.2002 | 5,00 |
| *микрофон* | 0,50 | 1 | 0,12 | 1кв.2002 | 0,50 |
| *камера* | 48,00 | 1 | 0,12 | 1кв.2002 | 48,00 |
| *бытовая техника* | 8,00 | 1 | 0,10 | 1кв.2002 | 8,00 |
| *холодильник* | 12,00 | 1 | 0,10 | 1кв.2002 | 12,00 |
| *сотовый телефон, 2 шт.* | 3,20 | 2 | 0,10 | 1кв.2002 | 6,40 |
| *автомобиль* | 100,00 | 1 | 0,10 | 1кв.2002 | 100,00 |
| *ксерокс* | 10,00 | 1 | 0,12 |  | 10,00 |
| **Регистрация фирмы** |  |  |  |  | **8** |
| **ИТОГО ИНВЕСТИЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК:** |  |  |  |  | **409,00** |

Из таблицы 9 видно, что, главным образом, все инвестиционные ресурсы идут на приобретение основных средств, оборудования и ремонт арендуемого офиса.

6. 2 План сбыта

При составлении плана реализации услуг, общество исходило из того, что среднее число приглашенных на одно свадебное торжество составит 60 человек, бракосочетающаяся пара и гости пользуются услугами ООО «CUPID», спектр и стоимости которых представлен в таблицах 10 и 12. Объем производственных мощностей (рис. 7) согласно маркетинговым исследованиям сформирован соответственно данным таблицы 11.

Таблица 10. План оказания услуг в расчете на одну свадьбу

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Перечень услуг | Ед.изм. | Объем производства |
| 1 | Составление и рассылка пригласительных | шт. | 60 |
| 2 | Прическа невесте | чел. | 1 |
| 3 | Маникюр невесте | чел. | 1 |
| 4 | Макияж невесте | чел. | 1 |
| 5 | Составление букета невесты | шт. | 1 |
| 6 | Предоставление свадебного картежа | маш./ ч | 9 |
| 7 | Оформление интерьера помещения | шт. | 1 |
| 8 | Накрытие свадебного стола | порция | 60 |
| 9 | Услуги свадебного церемониймейстера | на 1 св. | 1 |
| 10 | Музыкальное оформление | на 1 св. | 1 |
| 11 | Фотосъемка | шт. | 60 |
| 12 | Видеосъемка | на 1 св. | 1 |
| 13 | Развоз гостей | автобус | 2 |

Таблица 12. Производство продукции

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Продукт** | **в т. ч. по кварталам** | | | | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| ***Производство продукции:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| в натуральном выражении | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| % от номинальной мощн. | 100% | 100% | 161% | 117% | 100 | 105% | 110% | 117% | 119% |
| ***Продажа:*** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| в тыс. руб. | 342 | 304 | 551 | 399 | 1596 | 1777,6 | 1956,7 | 2188,9 | 2340,4 |
| % от номинальной мощн. | 100 | 88,9 | 181,3 | 72,4 | 100 | 111,4 | 110,1 | 111,97 | 106,9 |

75

80

85

90

95

100

2007

2008

2009

2010

2011

*Рисунок 7. Производственные мощности*

Таблица 13. Расчет выручки от реализации продукции, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статья** | **в т. ч. по кв. 2005** | | | | **2007** | **Годы** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** | ***6*** | ***7*** | ***8*** | ***9*** | ***10*** |
| **Дизайн приглашений** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 1080 | 960 | 1740 | 1260 | 5040 | 5280 | 5520 | 5880 | 6000 |
| цена, тыс. руб. | 0,024 | 0,024 | 0,024 | 0,024 | 0,024 | 0,024 | 0,026 | 0,029 | 0,031 |
| *Выручка от реализации* | *25,92* | *23,04* | *41,76* | *30,24* | *120,9* | *126,7* | *145,7* | *169,3* | *187,2* |
| **Прическа новобрачных** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| цена, тыс. руб. | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,99 | 1,08 | 1,17 |
| *Выручка от реализации* | *16,2* | *14,4* | *26,1* | *18,9* | *75,6* | *79,2* | *91,08* | *105,8* | *117* |
| **Маникюр** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| цена, тыс. руб. | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,42 | 0,462 | 0,504 | 0,546 |
| *Выручка от реализации* | *7,56* | *6,72* | *12,18* | *8,82* | *35,28* | *36,96* | *42,50* | *49,39* | *54,6* |
| **Макияж** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| цена, тыс. руб. | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,33 | 0,36 | 0,39 |
| *Выручка от реализации* | *5,4* | *4,8* | *8,7* | *6,3* | *25,2* | *26,4* | *30,36* | *35,28* | *39* |
| **Букет невесты** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| цена, тыс. руб. | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,99 | 1,08 | 1,17 |
| *Выручка от реализации* | *16,2* | *14,4* | *26,1* | *18,9* | *75,6* | *79,2* | *91,08* | *105,8* | *117* |
| **Свадебный картеж** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 162 | 144 | 261 | 189 | 756 | 792 | 828 | 882 | 900 |
| цена, тыс. руб. | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |
| *Выручка от реализации* | *243* | *216* | *391,5* | *283,5* | *1134* | *1188* | *1242* | *1323* | *1350* |
| **Оформление интерьера** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| цена, тыс. руб. | 0,72 | 0,72 | 0,72 | 0,72 | 0,72 | 0,72 | 0,792 | 0,864 | 0,936 |
| *Выручка от реализации* | *12,96* | *11,52* | *20,88* | *15,12* | *60,48* | *63,36* | *72,86* | *84,67* | *93,6* |
| **Свадебный стол** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 1080 | 960 | 1740 | 1260 | 5040 | 5280 | 5520 | 5880 | 6000 |
| цена, тыс. руб. | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| *Выручка от реализации* | *432* | *384* | *696* | *504* | *2016* | *2640* | *2760* | *2940* | *3000* |
| **Услуги тамады** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| цена, тыс. руб. | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,98 | 2,16 | 2,34 |
| *Выручка от реализации* | *32,4* | *28,8* | *52,2* | *37,8* | *151,2* | *158,4* | *182,2* | *211,7* | *234* |
| **Музыка** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| цена, тыс. руб. | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,8 | 1,98 | 2,16 | 2,34 |
| *Выручка от реализации* | *32,4* | *28,8* | *52,2* | *37,8* | *151,2* | *158,4* | *182,2* | *211,7* | *234* |
| **Фотосъемка** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 1080 | 960 | 1740 | 1260 | 5040 | 5280 | 5520 | 5880 | 6000 |
| цена, тыс. руб. | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 |
| *Выручка от реализации* | *10,8* | *9,6* | *17,4* | *12,6* | *50,4* | *52,8* | *55,2* | *58,8* | *60* |
| **Видеосъемка** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| цена, тыс. руб. | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 | 2,64 | 2,88 | 3,12 |
| *Выручка от реализации* | *43,2* | *38,4* | *69,6* | *50,4* | *201,6* | *211,2* | *242,9* | *282,2* | *312* |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** | ***6*** | ***7*** | ***8*** | ***9*** | ***10*** |
| **Развоз гостей** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | 36 | 32 | 58 | 42 | 168 | 176 | 184 | 196 | 200 |
| цена, тыс. руб. | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| *Выручка от реализации* | *18* | *16* | *29* | *21* | *84* | *88* | *92* | *98* | *100* |
| **Аренда помещения** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| В натуральном выражении | *18* | *16* | *29* | *21* | *84* | *88* | *92* | *98* | *100* |
| цена, тыс. руб. | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 | 2,5 |
| *Выручка от реализации* | *45* | *40* | *72,5* | *52,5* | *210* | *220* | *230* | *245* | *250* |
| *Выручка от собств.услуг ООО"Cupid" (с НДС)* | *192,2* | *170, 8* | *309,7* | *224,3* | *897,1* | *939,8* | *1080* | *1256* | *1388* |
| *Выручка от оказания услуг стор. организаций* | *748,8* | *665,6* | *1206* | *873,6* | *3494* | *4189* | *4379* | *4665* | *4760* |
| **Итого** | 941,0 | 836,5 | 1516 | 1098 | 4392 | 5129 | 5460 | 5921 | 6148 |
| Комиссионные (20 % от услуг, предоставляемых сторонними организациями) | 149,7 | 133,1 | 241,2 | 174,7 | 698,8 | 837,7 | 875,8 | 932,9 | 952,0 |
| **ИТОГО ВЫРУЧКА ОТ РЕАЛИЗАЦИИ СОБСТВЕННЫХ УСЛУГ, тыс. руб.** | **342** | **304** | **551** | **399** | **1596** | **1778** | **1957** | **2189** | **2340** |

После составления плана сбыта услуг, формируется график денежных поступлений в ООО «Cupid» от продаж (табл.13). Для его составления приняты следующие условия:

* 70% квартальных продаж оплачивается в отчетном квартале;
* 28% квартальных продаж будет оплачиваться в следующем квартале;
* 2% дебиторская задолженность.

Таблица 13 . График ожидаемых денежных поступлений

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели, тыс. руб.** | **Годы** | | | | |
| **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| Дебиторская задолженность | 143,64 | 160,08 | 352,61 | 569,91 | 796,43 |
| Продажи: |  |  |  |  |  |
| 1 квартал | 335,16 | 485,02 | 517,55 | 577,07 | 622,82 |
| 2 квартал | 297,92 | 316,74 | 348,64 | 390,03 | 417,02 |
| 3 квартал | 539,98 | 549,12 | 604,44 | 676,19 | 722,98 |
| 4 квартал | 279,30 | 266,64 | 293,50 | 328,34 | 351,06 |
| **Итого денежных поступлений по кварталам** | **1452,36** | **1761,16** | **1764,13** | **1971,63** | **2113,88** |

Расчет прямых производственных издержек

### Расчет прямых затрат на материалы

В таблице 14 указана стоимость вспомогательных материалов, необходимых для прогнозируемых объемов сбыта.

Таблица 14. Затраты на вспомогательные материалы, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Продукт** | **в т. ч. по кварталам** | | | | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Покупные комплектующие изделия:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ватман | 0,54 | 0,48 | 0,87 | 0,63 | 2,52 | 2,64 | 2,76 | 2,94 | 3 |
| шарики | 3,6 | 3,2 | 5,8 | 4,2 | 16,8 | 17,6 | 18,4 | 19,6 | 20 |
| бумага (на поздравительные открытки) | 0,018 | 0,016 | 0,029 | 0,021 | 0,084 | 0,088 | 0,092 | 0,098 | 0,1 |
| прочее | 1,8 | 1,6 | 2,9 | 2,1 | 8,4 | 8,8 | 9,2 | 9,8 | 10 |
| видеокассеты | 5,4 | 4,8 | 8,7 | 6,3 | 25,2 | 26,4 | 27,6 | 29,4 | 30 |
| Цветы | 4,5 | 4 | 7,25 | 5,25 | 21 | 22 | 23 | 24,5 | 25 |
| Набор стилиста (косметика, аксессуары) | 8,1 | 7,2 | 13,05 | 9,45 | 37,8 | 39,6 | 41,4 | 44,1 | 45 |
| **ИТОГО ПОТРЕБЛЯЕМЫХ МАТЕРИАЛОВ:** | **24,0** | **21,3** | **38,6** | **27,9** | **111,8** | **117,1** | **122,4** | **130,5** | **133,1** |

Смета прямых затрат на материалы для обеспечения необходимого объема услуг формируется в таблице 15. Количество материалов зависит от расхода их и их запасов на складе:

***Sм = Pм + З м.к.пер - Зм.н.пер.***

З м.к.пер. – 10% от количества материала, необходимого для оказания услуг в следующем квартале; Зм.н.пер-10% от количества материала в квартале продаж. Смета сопровождается графиком выплат денег за материалы (табл.16).

В свою очередь 90% всех закупаемых материалов оплачивается в квартале продаж, а остальные 10 % в следующем квартале.

Таблица 15. Смета прямых материальных затрат, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Продукт** | **в т. ч. по кварталам** | | | | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Объем работ** | **18,00** | **16,00** | **29,00** | **21,00** | **84,00** | **88,00** | **92,00** | **98,00** | **100,00** |
| **Объем продаж (шарики), шт.** | 1800 | 1600 | 2900 | 2100 | 8400 | 8800 | 9200 | 9800 | 10000 |
| Запас мат. на кон. пер. | 160 | 290 | 210 | 189 | 189 | 197 | 210 | 214 | 200 |
| Запас мат. на нач. пер. |  | 160 | 290 | 210 | 0 | 189 | 197 | 210 | 214 |
| Объем, шт. | 1960 | 1730 | 2820 | 2079 | 8589 | 8809 | 9213 | 9804 | 9986 |
| Цена ед. материала | 0,002 | 0,002 | 0,002 | 0,002 | 0,002 | 0,002 | 0,002 | 0,002 | 0,002 |
| Итого, тыс. руб. | 4 | 3 | 6 | 4 | 17 | 18 | 18 | 20 | 20 |
| **Объем продаж (бумага), шт.** | 1080 | 960 | 1740 | 1260 | 5040 | 5280 | 5520 | 5880 | 6000 |
| Запас мат. на кон. пер. | 96 | 174 | 126 | 113 | 113 | 118 | 126 | 129 | 120 |
| Запас мат. на нач. пер. |  | 96 | 174 | 126 | 0 | 113 | 118 | 126 | 129 |
| Объем, шт. | 1176 | 1038 | 1692 | 1247 | 5153 | 5285 | 5528 | 5883 | 5991 |
| Цена ед. материала | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,001 |
| Итого, тыс. руб. | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 |
| **Объем продаж (видео), шт.** | 36 | 32 | 58 | 42 | 168 | 176 | 184 | 196 | 200 |
| Запас мат. на кон. пер. | 3 | 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Запас мат. на нач. пер. |  | 3 | 6 | 4 | 0 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Объем, шт. | 39 | 35 | 56 | 42 | 172 | 176 | 184 | 196 | 200 |
| Цена ед. материала | 0,040 | 0,040 | 0,040 | 0,040 | 0,040 | 0,040 | 0,040 | 0,040 | 0,040 |
| Итого, тыс. руб. | 2 | 1 | 2 | 2 | 7 | 7 | 7 | 8 | 8 |
| **Объем продаж (цветы), шт.** | 162 | 144 | 261 | 189 | 756 | 792 | 828 | 882 | 900 |
| Запас мат. на кон. пер. | 14 | 26 | 19 | 17 | 17 | 18 | 19 | 19 | 18 |
| Запас мат. на нач. пер. |  | 14 | 26 | 19 | 0 | 17 | 18 | 19 | 19 |
| Объем, шт. | 176 | 156 | 254 | 187 | 773 | 793 | 829 | 882 | 899 |
| Цена ед. материала | 0,015 | 0,015 | 0,015 | 0,015 | 0,015 | 0,015 | 0,015 | 0,015 | 0,015 |
| Итого , тыс. руб. | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 | 12 | 12 | 13 | 13 |
| **Объем продаж (упаковка), шт.** | 180 | 160 | 290 | 210 | 840 | 880 | 920 | 980 | 1000 |
| Запас мат. на кон. пер. | 16 | 29 | 21 | 19 | 19 | 20 | 21 | 21 | 4 |
| Запас мат. на нач. пер. |  | 16 | 29 | 21 | 0 | 19 | 20 | 21 | 21 |
| Объем, шт. | 196 | 173 | 282 | 208 | 859 | 881 | 921 | 980 | 983 |
| Цена ед. материала | 0,010 | 0,010 | 0,010 | 0,010 | 0,010 | 0,010 | 0,010 | 0,010 | 0,010 |
| Итого , тыс. руб. | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 | 9 | 9 | 10 | 10 |
| **Объем продаж (косметика), шт.** | 36 | 32 | 58 | 42 | 168 | 176 | 184 | 196 | 200 |
| Запас мат. на кон. пер. | 3 | 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Запас мат. на нач. пер. |  | 3 | 6 | 4 | 0 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Объем материалов (косметика), шт. | 39 | 35 | 56 | 42 | 172 | 176 | 184 | 196 | 200 |
| Цена ед. материала | 0,150 | 0,150 | 0,150 | 0,150 | 0,150 | 0,150 | 0,150 | 0,150 | 0,150 |
| Итого, тыс. руб. | 6 | 5 | 8 | 6 | 26 | 26 | 28 | 29 | 30 |
| **Итого прямых материальных затрат** | **17** | **15** | **25** | **18** | **75** | **77** | **81** | **86** | **87** |

Таблица 16.График выплат денег за материалы

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Продукт** | **в т. ч. по кварталам** | | | | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| *Счета к оплате на нач. периода* |  |  |  |  | 0 | 1,82 | 1,65 | 1,73 | 1,84 |
| **Закупки:** |  |  |  |  | 0 |  |  |  |  |
| 1 квартал | 15,44 | 1,72 |  |  | 17,15 | 16,52 | 17,27 | 18,38 | 18,69 |
| 2 квартал |  | 13,62 | 1,51 |  | 15,14 | 14,01 | 14,66 | 15,60 | 15,86 |
| 3 квартал |  |  | 22,21 | 2,47 | 24,68 | 24,30 | 25,41 | 27,04 | 27,49 |
| 4 квартал |  |  |  | 16,37 | 16,37 | 14,86 | 15,55 | 16,54 | 16,82 |
| **Выплаты** | ***15,44*** | ***15,34*** | ***23,72*** | ***18,84*** | ***73,33*** | ***71,51*** | ***74,54*** | ***79,29*** | ***80,70*** |
| *Кредиторская задолженность на конец периода* |  |  |  |  | 1,82 | 1,65 | 1,73 | 1,84 | 1,87 |

Расчет общих затрат

Для обеспечения проведения операций агентство должно располагать офисом в Уфе. Особое внимание следует уделить средствам связи и представительности (внешний вид) штаб-квартиры. На начальном этапе реализации проекта будут использоваться имеющиеся в распоряжении Учредителей офисные площади, вычислительная техника. Общие текущие расходы на содержание офисов и оплату труда персонала не превысят 10000 рублей в месяц. Таким образом, 98% активов компании будет направлено на финансирование производственного процесса.

### Расчет коммерческих и управленческих расходов

Маркетинговые издержки включают:

* рекламные щиты – 12 тыс. руб. за щит в месяц;
* рекламные листовки – 2 тыс. руб. за тираж (10000 экз.);
* реклама на радио – 2 тыс. руб. в месяц за 120 мин.

К административным расходам относятся затраты на содержание административного аппарата, канцтовары и т.п.

Таблица 17. Коммерческие и управленческие расходы, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Продукт** | **в т. ч. по кварталам** | | | | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **1. Коммерческие издержки** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Расходы на рекламу, в т.ч.: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| рекламные щиты | 24 | 24 | 24 | 36 | 108 | 156 | 144 | 132 | 132 |
| листовки | 4 | 6 | 3 | 3 | 16 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| радио | 6 | 6 | 3 | 3 | 18 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| **Итого:** | 34 | 36 | 30 | 42 | 142 | 180 | 168 | 156 | 156 |
| **2. Управленческие расходы** |  |  |  |  | 0 |  |  |  |  |
| Общеадминистративные расходы | 2,4 | 3 | 4,5 | 4,8 | 14,7 | 21,6 | 25,2 | 25,2 | 26,4 |
| Заработная плата управляющего персонала | 77,29 | 77,29 | 85,02 | 92,75 | 259,2 | 362,8 | 414,7 | 466,6 | 492,5 |
| **Итого:** | 79,69 | 80,29 | 89,52 | 97,55 | 347,1 | 384,5 | 439,9 | 491,7 | 518,8 |
| **ВСЕГО** | 113,6 | 116,3 | 119,5 | 139,6 | 489,1 | 564,5 | 607,9 | 647,7 | 674,8 |

### Смета накладных расходов

Условия аренды офиса – «лизинг в пакете», что подразумевает аренду основных средств с последующим их выкупом по остаточной стоимости за вычетом выплаченных частей. Помещение окончательно переходит в наше владение уже в 2007 году. В стоимость арендной платы включаются:

* амортизация помещения офиса (50 м2);
* коммунальные услуги (300 руб.);
* плановая прибыль арендодателя – комиссионные (20%);
* частичные выплаты стоимости офиса – 20 тыс. руб. ежеквартально;
* НДС – 10%.

Налог на имущество рассчитывается как 2% от среднеквартальной стоимости основных фондов, т.к. выплаты производятся раз в 3 месяца.

Амортизация на все основные фонды, находящиеся на балансе предприятия, начисляется линейным способом по нормам амортизационных начислений, указанных в разделе «Инвестиционная программа» таблица 9.

Итоговая смета накладных расходов представлена в таблице 17.

Таблица 18. Накладные расходы, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Продукт** | **в т. ч. по кварталам** | | | | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Административно-накладные** | 57,11 | 56,96 | 57,34 | 57,72 | 229,1 | 114,9 | 124,2 | 132,0 | 131,1 |
| Заработная плата вспомогательного персонала | 10,58 | 10,58 | 11,11 | 11,63 | 43,89 | 57,06 | 65,84 | 74,62 | 74,62 |
| Амортизационные отчисления | 7,54 | 7,54 | 7,54 | 7,54 | 30,16 | 44,83 | 46,16 | 46,16 | 46,16 |
| Аренда офиса | 34,56 | 34,56 | 34,56 | 34,56 | 138,2 |  |  |  |  |
| Коммунальные услуги |  |  |  |  |  | 3,60 | 3,60 | 3,60 | 3,60 |
| Страх. имущество, налог на имущество | 4,43 | 4,28 | 4,13 | 3,98 | 16,83 | 9,48 | 8,56 | 7,64 | 6,71 |
| **Производственно- накладные** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Связь, текущий ремонт, ГСМ | 2,58 | 9,58 | 3,58 | 2,58 | 18,32 | 23,37 | 23,43 | 21,72 | 21,72 |
| Итого накладных расходов | 2,58 | 9,58 | 3,58 | 2,58 | 18,32 | 23,37 | 23,43 | 21,72 | 21,72 |
| ***Выплачиваемые денежные средства по накладным расходам*** | 59,69 | 66,54 | 60,92 | 60,30 | 247,4 | 138,3 | 147,6 | 153,7 | 152,8 |

Расчет себестоимости услуг

Себестоимость услуг строится на основе сводных данных, взятых из смет прямых материальных затрат, затрат на оплату труда производственного персонала, накладных расходов, коммерческих и управленческих затрат.

Налоги, сидящие в себестоимости:

* единый социальный налог (26,2%) начисляется на фонд оплаты труда;
* налог за пользование автодорогами (1%) начисляется на объем реализованных услуг в стоимостном выражении;
* налог в городской муниципалитет (3%), в качестве налогооблагаемой базы выступает среднесписочная численность фирмы, умноженная на минимальный размер оплаты труда (100 руб.);
* НДС к оплате находится как разница между НДС, начисленным на собственные услуги, и НДС, возмещенным из бюджета за приобретенные материалы.

Для дальнейшего анализа финансово-хозяйственной деятельности агентства в калькуляции себестоимости выделяются постоянная и переменная части.

Таблица 18. Себестоимость, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статьи** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| Материалы | 75,15 | 77,08 | 80,61 | 85,79 | 87,22 |
| Зарплата производственного персонала | 151,20 | 158,40 | 165,60 | 176,40 | 180,00 |
| Производственно-накладные расходы | 18,32 | 23,37 | 23,43 | 21,72 | 21,72 |
| **ИТОГО ПЕРЕМЕННЫЕ ИЗДЕРЖКИ** | **244,67** | **258,85** | **269,64** | **283,91** | **288,94** |
| Заработная плата административно-управленческого и непроизводственного персонала | 302,53 | 419,21 | 479,72 | 540,22 | 566,14 |
| Амортизация | 27,65 | 42,31 | 43,65 | 43,65 | 43,65 |
| Коммерческие издержки | 142,00 | 180,00 | 168,00 | 156,00 | 156,00 |
| Управленческие | 87,86 | 21,60 | 25,20 | 25,20 | 26,40 |
| Административно-накладные расходы | 182,76 | 55,50 | 55,96 | 55,09 | 54,21 |
| **ИТОГО ПОСТОЯННЫЕ ИЗДЕРЖКИ** | **715,15** | **676,31** | **728,88** | **776,51** | **802,76** |
| НДС начисленный | 140,62 | 153,08 | 163,76 | 174,44 | 178,00 |
| НДС к возмещению | 11,48 | 12,61 | 13,49 | 14,36 | 14,59 |
| **НДС к оплате** | **126,03** | **153,08** | **163,76** | **174,44** | **178,00** |
| Налоги на милицию, уборку территории, мед. (всего 3%) | 0,40 | 0,40 | 0,40 | 0,40 | 0,40 |
| Налог за пользование дорогами (1%) | 12,85 | 14,15 | 15,46 | 17,24 | 18,43 |
| Единый социальный налог (35,6%) | 161,73 | 205,89 | 230,03 | 255,46 | 265,97 |
| **СЕБЕСТОИМОСТЬ** | **1272,8** | **1315,3** | **1427,7** | **1546,1** | **1611,1** |



*Рисунок 8. Структура себестоимости*

Из рисунка 8 видно, что большая часть себестоимости отводится на оплату труда (34%), что естественно, учитывая трудоёмкость сервисных услуг. В свою очередь четвертая часть расходов на производство и реализацию услуг изымается в бюджеты Российской Федерации и местные органы управления. 11% расходуется только на рекламу, что должно возыметь адекватный эффект у населения.



*Рисунок 9. Динамика структуры себестоимости на расчетный период.*

Удельная доля фонда оплаты труда ежегодно увеличивается (рис. 9), что обусловлено необходимым пополнением штата агентства по мере роста объемов оказания услуг в соответствии с производственным планом сбыта. Затраты на рекламу имеют положительную тенденцию до 2007г. включительно, а после завоевания позиций на рынке услуг г. Уфы ООО «CUPID» постепенно начинают снижать маркетинговые издержки в пределах норм (2007-2008гг. – период закрепления за собой определенного сегмента рынка – затраты на рекламу неизменны).

Бюджетная эффективность

Таблица 19. Бюджетная эффективность

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Статья, тыс.руб.** | **Годы** | | | | |
| **2005** | **2006** | **2007** | **2008** | **2009** |
| Налог на имущество | 16,83 | 9,48 | 8,56 | 7,64 | 6,71 |
| Единый соц. налог | 161,73 | 205,89 | 230,03 | 255,46 | 265,97 |
| НДС | 149,52 | 156,64 | 180,14 | 209,33 | 231,40 |
| Налоги в себестоимости | 17,39 | 18,22 | 19,05 | 20,29 | 20,71 |
| Налог на прибыль | 165,99 | 279,64 | 308,64 | 437,94 | 555,19 |
| **Итого** | **511,46** | **669,87** | **746,42** | **930,65** | **1079,98** |

# 7 организационный план

Организационная структура

Высшим органом управления ООО «CUPID» является Собрание учредителей. Исполнительный орган ООО «CUPID» представлен одним лицом – Генеральный директор, избираемым Собранием учредителей на неограниченный срок, который осуществляет текущее руководство деятельностью компании.

Генеральный директор ООО «CUPID» Карпов М.Е

Начальный капитал ООО «CUPID» составляет 424 тысяч рублей, в том числе 94 тысячи внесены в форме основных средств.

Место нахождения

Удобное место расположения нашего агентства в многолюдном центре г. Уфы дает нам основания надеяться, что значительное количество молодых пар, станут клиентами нашей фирмы. В целях привлечения большего числа женихов и невест, рекламные щиты ООО «CUPID» будут выставлены вблизи офиса (ост. «Горсовет» и ост. «Спортивная»)

### Расчет оплаты труда производственного персонала

Величина оплаты труда производственного персонала ООО «CUPID» (ФОТпр) прямо пропорциональна объему оказанных услуг (V) (табл.20).

Таблица 20. Смета расходов на оплату труда производственного персонала, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Продукт** | **в т. ч. по кварталам** | | | | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| Объем производства, шт. | 18 | 16 | 29 | 21 | 84 | 88 | 92 | 98 | 100 |
| Трудоемкость, чел. на 1 свадьбу. | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Трудоемкость всего объема производства | 90 | 80 | 145 | 105 | 420 | 440 | 460 | 490 | 500 |
| Средняя почасовая з/п, чел. за 1 свадьбу. | 0,36 | 0,36 | 0,36 | 0,36 | 0,36 | 0,36 | 0,36 | 0,36 | 0,36 |
| **Всего расходов на оплату труда** | **32,4** | **28,8** | **52,2** | **37,8** | **151,2** | **158,4** | **165,6** | **176,4** | **180,0** |

Для этого, исходя из удельной нормы ТЕ на 1 свадьбу (n), находится трудоемкость работ производственного персонала:

*ТЕ=V\*n*

*ФОТпр=Зср\*ТЕ*,

где Зср - среднечасовой заработок производственного персонала. Среднемесячный заработок приведен в следующем разделе в таблице 23.

### Расчет оплаты труда управленческого персонала

*Таблица 23.*

*Заработная плата сотрудников ООО «CUPID»*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Должность** | **Кол-во рабочих мест** | **Средняя зарплата тыс. р./мес.** | **Сдельная (д) или поврем. (в)** | **ИТОГО: тыс. руб.** |
| **1. З/п производственных рабочих** |  |  |  |  |
| Ди-джей | 1 | 2,700 | д | 2,700 |
| Тамада | 1 | 3,000 | д | 3,000 |
| Оператор | 1 | 1,800 | д | 1,800 |
| Стилист (косметолог, парикмахер, визажист) | 1 | 1,200 | д | 1,200 |
| Уборщица | 1 | 0,6 | в | 0,600 |
| Водитель | 1 | 2 | в | 2,000 |
| Дизайнер | 1 | 0,600 | д | 0,600 |
| **2. Административно-управленческий персонал** |  |  |  |  |
| Генеральный директор | 1 | 6 | в | 6,000 |
| Экономист-бухгалтер | 1 | 5 | в | 5,000 |
| Программист | 1 | 4 | в | 4,000 |
| Провизор | 1 | 4 | в | 4,000 |
| **СУМАРНЫЙ ФОНД ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ (всего):** | 11 | 5,46 |  | 30,90 |
| ***из них со сдельной оплатой:*** | 5 | 1,86 |  | 9,30 |
| ***с повременной оплатой:*** | 6 | 3,60 |  | 21,60 |

# 8 Правовое обеспечение деятельности организации

Дата создания и регистрация 1.09.06 г. Организация зарегистрирована как общество с ограниченной ответственностью. Учредительскими документами является устав организации. Юридический адрес: Республика Башкортостан, г.Уфа ул. Р. Зорге, д. 35.

# 9 Оценка риска

Анализ безубыточности проекта



*Рисунок 12. Точка безубыточности*

Из рисунка 12 видно, что точка безубыточности (объем реализации услуг, который позволит фирме покрыть все расходы и выйти на нулевой уровень прибыли) соответствует цифре 45. Таким образом, фирма должна провести не менее 45 свадеб в год (т.е. 4 свадьбы в месяц, или 1 свадьбу в неделю), чтобы не понести убытков. При прогнозируемых объемах (2 – 3 свадьбы в неделю) ООО «Cupid» может полностью рассчитаться с кредитами и получить чистую прибыль уже по окончании первого финансового года.

Таблица 24. Оценка рисков

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Риски** | **Влияние на ожидаемую прибыль** | **Вероятность** | **% вес** |
| Несоблюдение расчетных сроков реализации проекта | Увеличение инвестиционных расходов | 0,1 | 10,0 |
| Недоступность сырья | Уменьшение дохода | 0,1 | 10,0 |
| Отсутствие или падение спроса | Уменьшение дохода | 0,3 | 30,0 |
| Хищения | Уменьшение валовой прибыли | 0,3 | 30,0 |
| Повреждение оборудования | Увеличение текущих расходов | 0,1 | 10,0 |
| Текущий недостаток денежных средств | Увеличение текущих расходов | 0,1 | 10,0 |
| **Итого** |  |  | **100%** |

Таблица 25. Мероприятия по снижению рисков

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Риски** | **Способ снижения** | **% понижения** | **Итог** | **% вес** |
| Несоблюдение расчетных сроков реализации проекта | * осуществлены детальные предпроектные проработки по каждому разделу инвестиционной программы; * достигнута предварительная договоренность с владельцами оборудования по поводу их поставки; * штат ООО «CUPID» укомплектован квалифицированными специалистами | 80 | 0,02 | 7,4 |
| Недоступность сырья | * тщательная работа с поставщиками; * заключение долгосрочных договоров; * поиск других поставщиков; | 60 | 0,04 | 14,8 |
| Отсутствие или падение спроса | активная маркетинговая кампания; | 70 | 0,09 | 33,3 |
| Хищения | условия материального вознаграждения; | 80 | 0,06 | 22,2 |
| Повреждение оборудования | создание ремонтного фонда; | 50 | 0,05 | 18,5 |
| Текущий недостаток денежных средств | создание резерва денежных средств. | 90 | 0,01 | 3,7 |
| **Итого** |  |  | **0,28** | **100%** |

Перечисленные в таблице рисковые события являются зависимыми, между ними существует корреляция, вследствие чего общий риск промысла не может просто суммироваться.

Максимальную величину риска составляют риски отсутствия или падение спроса, хищения, и риск повреждения оборудования. Остальные риски можно не учитывать, поэтому корреляция между максимальными рисками принята равной единице. Следовательно, суммарный риск равен 20 %.

### Анализ чувствительности

Одной из задач анализа проекта является определение чувствительности показателей эффективности к изменениям различных параметров. Чем шире диапазон параметров, в котором показатели эффективности остаются в пределах приемлемых значений, тем выше "запас прочности" проекта, тем лучше он защищен от колебаний различных факторов, оказывающих влияние на результаты реализации проекта.

Анализ чувствительности проекта выполнен по отношению к NPV проекта на основе следующих параметров:

* цен сбыта продукции;
* цен на сырье и материалы (прямые издержки);
* объемов сбыта;

Ниже приводится график, демонстрирующий чувствительность проекта в отношении каждого из названных выше параметров.



*Рисунок 10. Анализ чувствительности проекта*

График анализа чувствительности проекта по NPV показал, что при отклонении любого из исследуемых параметров в сторону уменьшения и в сторону увеличения на каждые 10% проект сохраняет свою привлекательность и способность обслужить кредит в установленные данным бизнес-планом сроки.

Также анализ чувствительности показал следующее:

* в наибольшей степени (резче кривая зависимости) проект чувствителен в отношении объема сбыта;
* достаточно велико влияние на эффективность проекта в отношении сбытовых цен на продукцию;
* влиянием на эффективность проекта стоимости материалов, необходимых для успешной деятельности фирмы, можно пренебречь.

Таким образом, проблематичным для проекта может быть одновременное и значительное снижение спроса на услуги ООО «Cupid», и снижение цен на них. Аналогично, кризисные явления в экономике страны не могут не воздействовать на объем сбыта услуг.

Тем не менее, значительное снижение цен на услуги маловероятно вследствие невысокой цены, по которой рассчитан проект и из-за благоприятной рыночной конъюнктуры, и роста дохода населения по городу Уфе и в стране в целом. Спрос на оказываемые услуги не должен упасть до критических отметок так как:

* объем услуг, заложен в проекте на малом уровне от общего количества бракосочетающихся;
* и как уже говорилось выше, рост благосостояния населения должен благоприятно сказаться и на внимании к деятельности ООО «Cupid»,

Таким образом, можно сделать вывод о том, что предлагаемый проект достаточно устойчив и представляет интерес.

# 10 Финансовый план

При расчете финансовых результатов проекта:

* основной расчетной валютой избран российский рубль;
* налогообложение прибыли учитывалось по ставке 24 %.

При разработке финансового плана был применен сценарный подход.

Объемы реализации основной номенклатуры услуг даны по факту 5-ти лет. Первоначальная стоимость одной свадьбы установлена на уровне среднегодовой за 2007 год – 60,60 тыс. рублей. Предусмотрен аккумулированный уровень инфляции (по результатам анализа за 2007 года на сбыт, прямые и постоянные затраты, на заработную плату и другие ресурсы).

При подготовке исходных данных для расчета финансового плана были приняты следующие данные:

* старт проекта - 12 октября 2006 года;
* продолжительность (горизонт) проекта – 5 лет и 3 месяца;
* основная валюта проекта - тыс. рублей;

Налоговая среда на срок действия проекта установлена без изменения. Условия продаж, физический объем сбыта по месяцам, кварталам и годам определены в плане сбыта, прямые издержки, условно-постоянные издержки на управление, производство и маркетинг показаны в производственном плане.

Отчет о прибылях и убытках

Отчет о прибылях и убытках отражает операционную деятельность за период. При запланированных объемах сбыта, издержек производства и ценах агентство работает прибыльно.

Отчет о прибылях и убытках (наиболее вероятный вариант), тыс. руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **4 кв. 2006** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Итого 2007** | **Годы** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **Инвестиции** | **414,00** | **10,0** |  |  |  | **10,0** |  |  |  |  |
| **Выручка (нетто) от реализации** |  | **342,0** | **304,0** | **551,0** | **399,0** | **1596,0** | **1777,6** | **1956,7** | **2188,9** | **2340,4** |
| Материалы и комплектующие | 95,39 | 17,2 | 15,1 | 24,7 | 18,2 | 75,2 | 77,1 | 80,6 | 85,8 | 87,2 |
| Зарплата производственного персонала |  | 32,4 | 28,8 | 52,2 | 37,8 | 151,2 | 158,4 | 165,6 | 176,4 | 180,0 |
| Производственно-накладные расходы |  | 2,6 | 9,6 | 3,6 | 2,6 | 18,3 | 23,4 | 23,4 | 21,7 | 21,7 |
| **Суммарные прямые издержки** | **95,39** | **52,1** | **53,5** | **80,5** | **58,6** | **244,7** | **258,8** | **269,6** | **283,9** | **288,9** |
| **Валовая прибыль** | **318,6** | **299,9** | **250,5** | **470,5** | **340,4** | **1361,3** | **1518,8** | **1687,0** | **1905,0** | **2051,5** |
| Административно-накладные расходы | 31,21 | 57,1 | 57,0 | 57,3 | 57,7 | 229,1 | 115,0 | 124,2 | 132,0 | 131,1 |
| Коммерческие издержки |  | 34,0 | 36,0 | 30,0 | 42,0 | 142,0 | 180,0 | 168,0 | 156,0 | 156,0 |
| Управленческие издержки |  | 79,7 | 80,3 | 89,5 | 97,6 | 347,1 | 384,5 | 439,9 | 491,8 | 518,9 |
| Вложения в основные средства | 282,40 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налоги, сидящие в себестоимости |  | 77,5 | 77,5 | 77,5 | 77,5 | 310,0 | 377,1 | 426,0 | 482,4 | 516,2 |
| **Суммарные постоянные издержки** | **313,61** | **170,80** | **173,25** | **176,86** | **197,27** | **718,18** | **679,45** | **732,08** | **779,78** | **805,97** |
| **Прибыль налогооблагаемая** |  | **129,1** | **77,2** | **293,7** | **143,2** | **643,2** | **839,3** | **954,9** | **1125,2** | **1245,5** |
| **Налог на прибыль** |  | **38,7** | **23,2** | **88,1** | **43,0** | **192,9** | **251,8** | **286,5** | **337,6** | **373,6** |
| **Амортизация** |  | **7,5** | **7,5** | **7,5** | **7,5** | **30,2** | **44,8** | **46,2** | **46,2** | **46,2** |
| **Нераспределенная прибыль** | **5,00** | **97,9** | **61,6** | **213,1** | **107,8** | **480,4** | **632,3** | **714,6** | **833,8** | **918,0** |

Отчет о прибылях и убытках (оптимистический вариант) тыс.руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **4 кв. 2006** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Итого 2007** | **Годы** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **Инвестиции** | **414,00** | **10,0** |  |  |  | **10,0** |  |  |  |  |
| **Выручка (нетто) от реализации** |  | **410,4** | **364,8** | **661,2** | **478,8** | **1915,2** | **2133,1** | **2348,0** | **2626,7** | **2808,5** |
| Материалы и комплектующие | 95,39 | 20,6 | 18,2 | 29,6 | 21,5 | 107,5 | 92,1 | 96,4 | 102,6 | 104,3 |
| Зарплата производственного персонала |  | 38,9 | 34,6 | 62,6 | 45,4 | 217,7 | 190,1 | 198,7 | 211,7 | 216,0 |
| Производственно-накладные расходы |  | 2,6 | 9,6 | 3,6 | 2,6 | 18,3 | 23,4 | 23,4 | 21,7 | 21,7 |
| **Суммарные прямые издержки** | **95,39** | **62,0** | **62,3** | **95,8** | **69,4** | **343,5** | **305,6** | **318,5** | **336,0** | **342,1** |
| **Валовая прибыль** | **318,6** | **358,4** | **302,5** | **565,4** | **409,4** | **1581,7** | **1827,5** | **2029,5** | **2290,7** | **2466,4** |
| Административно-накладные расходы | 31,21 | 57,6 | 57,4 | 57,8 | 58,3 | 231,1 | 117,6 | 127,2 | 135,5 | 134,5 |
| Коммерческие издержки |  | 34,0 | 36,0 | 30,0 | 42,0 | 142,0 | 180,0 | 168,0 | 156,0 | 156,0 |
| Управленческие издержки |  | 79,7 | 80,3 | 89,5 | 97,6 | 347,1 | 384,5 | 439,9 | 491,8 | 518,9 |
| Вложения в основные средства | 282,40 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налоги, сидящие в себестоимости |  | 91,0 | 91,0 | 91,0 | 91,0 | 364,1 | 423,7 | 478,4 | 541,9 | 580,6 |
| **Суммарные постоянные издержки** | **313,61** | **171,29** | **173,74** | **177,37** | **197,80** | **720,20** | **682,09** | **735,12** | **783,22** | **809,42** |
| **Прибыль налогооблагаемая** |  | **187,1** | **128,8** | **388,0** | **211,6** | **861,5** | **1145,4** | **1294,3** | **1507,5** | **1657,0** |
| **Налог на прибыль** |  | **56,1** | **38,6** | **116,4** | **63,5** | **258,4** | **343,6** | **388,3** | **452,3** | **497,1** |
| **Амортизация** |  | **7,5** | **7,5** | **7,5** | **7,5** | **30,2** | **44,8** | **46,2** | **46,2** | **46,2** |
| **Нераспределенная прибыль** | **5,00** | **138,5** | **97,7** | **279,1** | **155,6** | **633,2** | **846,6** | **952,2** | **1101,4** | **1206,1** |

Отчет о прибылях и убытках (пессимистический вариант) тыс.руб.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **4 кв. 2006** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Итого 2007** | **Годы** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **Инвестиции** | **414,00** | **10,0** |  |  |  | **10,0** |  |  |  |  |
| **Выручка (нетто) от реализации** |  | **273,6** | **243,2** | **440,8** | **319,2** | **1276,8** | **1422,1** | **1565,3** | **1751,1** | **1872,3** |
| Материалы и комплектующие | 95,39 | 13,7 | 12,1 | 19,7 | 14,9 | 48,7 | 62,0 | 64,9 | 69,0 | 70,1 |
| Зарплата производственного персонала |  | 25,9 | 23,0 | 41,8 | 30,2 | 96,8 | 126,7 | 132,5 | 141,1 | 144,0 |
| Производственно-накладные расходы |  | 2,6 | 9,6 | 3,6 | 2,6 | 18,3 | 23,4 | 23,4 | 21,7 | 21,7 |
| **Суммарные прямые издержки** | **95,39** | **42,2** | **44,7** | **65,1** | **47,7** | **163,8** | **212,1** | **220,8** | **231,8** | **235,8** |
| **Валовая прибыль** | **318,6** | **241,4** | **198,5** | **375,7** | **271,5** | **1123,0** | **1210,0** | **1344,6** | **1519,3** | **1636,5** |
| Административно-накладные расходы | 31,21 | 56,6 | 56,5 | 56,8 | 57,2 | 227,1 | 112,3 | 121,1 | 128,6 | 127,7 |
| Коммерческие издержки |  | 34,0 | 36,0 | 30,0 | 42,0 | 142,0 | 180,0 | 168,0 | 156,0 | 156,0 |
| Управленческие издержки |  | 79,7 | 80,3 | 89,5 | 97,6 | 347,1 | 384,5 | 439,9 | 491,8 | 518,9 |
| Вложения в основные средства | 282,40 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Налоги, сидящие в себестоимости |  | 65,0 | 65,0 | 65,0 | 65,0 | 260,1 | 330,4 | 373,7 | 423,0 | 451,8 |
| **Суммарные постоянные издержки** | **313,61** | **170,31** | **172,76** | **176,35** | **196,73** | **716,15** | **676,82** | **729,04** | **776,33** | **802,53** |
| **Прибыль налогооблагаемая** |  | **71,1** | **25,7** | **199,4** | **74,8** | **406,9** | **533,2** | **615,5** | **743,0** | **834,0** |
| **Налог на прибыль** |  | **21,3** | **7,7** | **59,8** | **22,4** | **122,1** | **159,9** | **184,7** | **222,9** | **250,2** |
| **Амортизация** |  | **7,5** | **7,5** | **7,5** | **7,5** | **30,2** | **44,8** | **46,2** | **46,2** | **46,2** |
| **Нераспределенная прибыль** | **5,00** | **57,3** | **25,5** | **147,1** | **59,9** | **315,0** | **418,0** | **477,0** | **566,2** | **629,9** |

Отчет о движении денежных средств (CASH-FLOW)

Отчет о движении денежных средств отражает остатки денежных средств в динамике от периода к периоду. Денежные средства формируются за счет доходов (вложенного капитала, доходов от сбыта услуг) и расходов (затрат на сырье, выплаты налогов).

При строгом выполнении всех запланированных мероприятий в указанные сроки балансы наличности на конец периода будут положительны.

Движение денежных средств (наиболее вероятный вариант)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **4 кв. 2006** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Итого 2007** | **Годы** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2008** | **2009** | **2020** | **2011** |
| I Раздел |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Кассовый остаток на начало периода |  | 5,0 | 2,8 | 32,8 | 156,6 | 5 | 222 | 394 | 781 | 1160 |
| 2. Поступления денежных средств |  | 239,4 | 308,6 | 470,8 | 433,6 | 1452 | 1761 | 1764 | 1972 | 2114 |
| 3. Капитальные вложения | 414,00 | 10,0 |  |  |  | 10 |  |  |  |  |
| *Итого денежных поступлений* | *414,0* | *254,4* | *311,3* | *503,6* | *590,2* | *1467* | *1983* | *2158* | *2753* | *3274* |
| II Раздел |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Материалы | 95,39 | 15,4 | 15,3 | 23,7 | 18,8 | 73 | 77 | 81 | 86 | 87 |
| 2. З/п производственного персонала |  | 32,4 | 28,8 | 52,2 | 37,8 | 151 | 158 | 166 | 176 | 180 |
| 3. Накладные расходы | 31,2 | 52,2 | 59,0 | 53,4 | 52,8 | 217 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| 4. Коммерческие и управленческие расходы |  | 113,7 | 116,3 | 119,5 | 139,6 | 489 | 564 | 608 | 648 | 675 |
| 5. Налоги и др. отчисления, сидящие в себестоимости |  | 37,1 | 37,1 | 37,1 | 37,1 | 148 | 171 | 196 | 227 | 250 |
| 6. Налог на прибыль |  | 0,9 | 22,1 | 61,2 | 81,9 | 166 | 280 | 309 | 438 | 555 |
| 7. Вложение в основные средства | 282,4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. Покупка офиса |  |  |  |  |  |  | 320 |  |  |  |
| *Итого выплат* | *409,0* | *251,6* | *278,5* | *347,0* | *367,9* | *1245* | *1589* | *1377* | *1593* | *1766* |
| III Раздел. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Излишек или дефицит денежных средств* | *5,0* | *2,8* | *32,8* | *156,6* | *222,3* | *222* | *394* | *781* | *1160* | *1508* |
| ***Итого кассовый остаток*** | ***5,0*** | ***2,8*** | ***32,8*** | ***156,6*** | ***222,3*** | ***222*** | ***394*** | ***781*** | ***1160*** | ***1508*** |

Движение денежных средств (оптимистический вариант)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **4 кв. 2006** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Итого 2007** | **Годы** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2008** | **2009** | **2020** | **2011** |
| I Раздел |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Кассовый остаток на начало периода |  | 5,0 | 25,9 | 82,8 | 246,8 | 5,0 | 340,5 | 625,2 | 1 085,9 | 1 535,8 |
| 2. Поступления денежных средств |  | 287,3 | 370,3 | 565,0 | 520,3 | 1 742,8 | 2 038,7 | 2 034,8 | 2 274,0 | 2 438,4 |
| 3. Капитальные вложения | 414,00 | 10,0 |  |  |  | 10,0 |  |  |  |  |
| *Итого денежных поступлений* | *414,0* | *302,3* | *396,2* | *647,7* | *767,1* | *1 757,8* | *2 379,2* | *2 659,9* | *3 359,9* | *3 974,2* |
| II Раздел |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Материалы | 95,39 | 18,5 | 18,4 | 28,5 | 22,3 | 87,7 | 92,1 | 96,4 | 102,6 | 104,3 |
| 2. З/п производственного персонала |  | 38,9 | 34,6 | 62,6 | 45,4 | 181,4 | 190,1 | 198,7 | 211,7 | 216,0 |
| 3. Накладные расходы | 31,2 | 52,6 | 59,5 | 53,9 | 53,3 | 219,3 | 18,3 | 18,3 | 18,3 | 18,3 |
| 4. Коммерческие и управленческие расходы |  | 113,7 | 116,3 | 119,5 | 139,6 | 489,1 | 564,5 | 607,9 | 647,8 | 674,9 |
| 5. Налоги и др. отчисления, сидящие в себестоимости |  | 44,5 | 44,5 | 44,5 | 44,5 | 177,9 | 205,6 | 235,4 | 272,7 | 300,6 |
| 6. Налог на прибыль |  | 8,2 | 40,2 | 92,0 | 121,6 | 261,9 | 363,4 | 417,3 | 571,1 | 710,6 |
| 7. Вложение в основные средства | 282,4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. Покупка офиса |  |  |  |  |  |  | 320,0 |  |  |  |
| *Итого выплат* | *409,0* | *276,4* | *313,4* | *401,0* | *426,6* | *1 417,3* | *1 754,1* | *1 574,0* | *1 824,1* | *2 024,7* |
| III Раздел. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Излишек или дефицит денежных средств* | *5,0* | *25,9* | *82,8* | *246,8* | *340,5* | *340,5* | *625,2* | *1 085,9* | *1 535,8* | *1 949,5* |
| ***Итого кассовый остаток*** | ***5,0*** | ***25,9*** | ***82,8*** | ***246,8*** | ***340,5*** | ***340,5*** | ***625,2*** | ***1 085,9*** | ***1 535,8*** | ***1 949,5*** |

Движение денежных средств (пессимистический вариант)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **4 кв. 2006** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Итого 2007** | **Годы** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| I Раздел |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Кассовый остаток на начало периода |  | 5,0 | -26,7 | -22,0 | 62,7 | 5,0 | 101,3 | 161,4 | 475,2 | 782,6 |
| 2. Поступления денежных средств |  | 191,5 | 246,8 | 376,7 | 346,9 | 1 161,9 | 1 483,6 | 1 493,5 | 1 669,2 | 1 789,4 |
| 3. Капитальные вложения | 414,00 | 10,0 |  |  |  | 10,0 |  |  |  |  |
| *Итого денежных поступлений* | *414,0* | *206,5* | *220,1* | *354,6* | *409,6* | *1 176,9* | *1 584,9* | *1 654,9* | *2 144,5* | *2 572,0* |
| II Раздел |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Материалы | 95,39 | 12,3 | 12,3 | 19,0 | 15,4 | 59,0 | 62,0 | 64,9 | 69,0 | 70,1 |
| 2. З/п производственного персонала |  | 25,9 | 23,0 | 41,8 | 30,2 | 121,0 | 126,7 | 132,5 | 141,1 | 144,0 |
| 3. Накладные расходы | 31,2 | 51,7 | 58,5 | 52,9 | 52,2 | 215,3 | 18,3 | 18,3 | 18,3 | 18,3 |
| 4. Коммерческие и управленческие расходы |  | 113,7 | 116,3 | 119,5 | 139,6 | 489,1 | 564,5 | 607,9 | 647,8 | 674,9 |
| 5. Налоги и др. отчисления, сидящие в себестоимости |  | 29,6 | 29,6 | 29,6 | 29,6 | 118,5 | 136,7 | 156,5 | 181,3 | 199,9 |
| 6. Налог на прибыль |  | 0,0 | 2,4 | 29,2 | 41,3 | 72,9 | 195,2 | 199,5 | 304,4 | 399,5 |
| 7. Вложение в основные средства | 282,4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. Покупка офиса |  |  |  |  |  |  | 320,0 |  |  |  |
| *Итого выплат* | *409,0* | *233,2* | *242,1* | *291,9* | *308,3* | *1 075,6* | *1 423,5* | *1 179,6* | *1 361,9* | *1 506,7* |
| III Раздел. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Излишек или дефицит денежных средств* | *5,0* | *-26,7* | *-22,0* | *62,7* | *101,3* | *101,3* | *161,4* | *475,2* | *782,6* | *1 065,3* |
| ***Итого кассовый остаток*** | ***5,0*** | ***-26,7*** | ***-22,0*** | ***62,7*** | ***101,3*** | ***101,3*** | ***161,4*** | ***475,2*** | ***782,6*** | ***1 065,3*** |

Баланс фирмы

Баланс отражает финансовое состояние агентства на конец рассчитываемого периода времени. Из анализа балансов можно сделать вывод об устойчивом состоянии проекта. При старте проекта в балансе (стартовом балансе) отражены активы и пассивы по состоянию на 1 января 2007 года.

Баланс (наиболее вероятный вариант)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **4 кв.**  **2006** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Годы** | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **Актив** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **I Внеоборотные активы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Основные средства |  | 282,4 | 282,4 | 282,4 | 282,4 | 282,4 | 602,4 | 602,4 | 602,4 | 602,4 |
| Накопленная амортизация |  | 7,5 | 15,1 | 22,6 | 30,2 | 30,2 | 75,0 | 121,1 | 167,3 | 602,4 |
| Остаточная стоимость основных средств: |  | 274,9 | 267,3 | 259,8 | 252,2 | 252,2 | 527,4 | 481,3 | 435,1 | 0,0 |
| *Итого по разделу I* |  | *274,9* | *267,3* | *259,8* | *252,2* | *252,2* | *527,4* | *481,3* | *435,1* | *0,0* |
| **II Оборотные активы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| в т.ч запасы |  | 1,4 | 2,5 | 1,8 | 1,7 | 1,7 | 1,7 | 1,8 | 1,9 | 1,6 |
| Дебиторская задолженность |  | 30,8 | 26,1 | 45,3 | 30,8 | 143,6 | 160,1 | 352,6 | 569,9 | 796,4 |
| Денежные средства | 5,0 | 2,8 | 32,8 | 156,6 | 222,3 | 222,3 | 394,3 | 781,4 | 1159,8 | 1507,9 |
| *Итого по разделу II* | *5,0* | *35,0* | *61,5* | *203,7* | *254,7* | *367,6* | *556,1* | *1135,8* | *1731,6* | *2305,9* |
| **Итого баланс:** | **5,0** | **309,8** | **328,8** | **463,5** | **506,9** | **619,8** | **1083,6** | **1617,1** | **2166,7** | **2305,9** |
| **Пассив** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **III Капитал и резервы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Уставный капитал | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| Нераспределенная прибыль | -5,0 | 299,4 | 318,4 | 452,9 | 496,6 | 608,0 | 1071,9 | 1605,3 | 2154,9 | 2294,0 |
| *Итого по разделу III* | *5,0* | *309,4* | *328,4* | *462,9* | *506,6* | *618,0* | *1081,9* | *1615,3* | *2164,9* | *2304,0* |
| **V Краткосрочные пассивы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| кредиторская задолженность |  | 0,4 | 0,3 | 0,6 | 0,4 | 1,8 | 1,7 | 1,7 | 1,8 | 1,9 |
| *Итого по разделу V* | *0,0* | *0,4* | *0,3* | *0,6* | *0,4* | *1,8* | *1,7* | *1,7* | *1,8* | *1,9* |
| **Итого баланс:** | **5,0** | **309,8** | **328,8** | **463,5** | **506,9** | **619,8** | **1083,6** | **1617,1** | **2166,7** | **2305,9** |

Баланс (оптимистический вариант)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **4 кв.**  **2006** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Годы** | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **Актив** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **I Внеоборотные активы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Основные средства |  | 282,4 | 282,4 | 282,4 | 282,4 | 282,4 | 602,4 | 602,4 | 602,4 | 602,4 |
| Накопленная амортизация |  | 7,54 | 15,08 | 22,62 | 30,16 | 30,16 | 74,99 | 121,15 | 167,31 | 602,40 |
| Остаточная стоимость основных средств: |  | 274,86 | 267,32 | 259,78 | 252,24 | 252,24 | 527,41 | 481,25 | 435,09 | 0,00 |
| *Итого по разделу I* |  | *274,86* | *267,32* | *259,78* | *252,24* | *252,24* | *527,41* | *481,25* | *435,09* | *0,00* |
| **II Оборотные активы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| в т.ч запасы |  | 1,68 | 3,05 | 2,21 | 1,65 | 1,65 | 1,73 | 1,84 | 1,88 | 1,59 |
| Дебиторская задолженность |  | 30,78 | 31,34 | 54,33 | 36,94 | 172,37 | 266,76 | 579,97 | 932,67 | 1302,79 |
| Денежные средства | 5,00 | 25,89 | 82,76 | 246,77 | 340,50 | 340,50 | 625,16 | 1085,89 | 1535,83 | 1949,51 |
| *Итого по разделу II* | *5,00* | *58,35* | *117,14* | *303,31* | *379,09* | *514,52* | *893,64* | *1667,70* | *2470,37* | *3253,89* |
| **Итого баланс:** | **5,00** | **333,21** | **384,46** | **563,09** | **631,33** | **766,76** | **1421,06** | **2148,96** | **2905,46** | **3253,89** |
| **Пассив** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **III Капитал и резервы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Уставный капитал | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 |
| Нераспределенная прибыль | -5,00 | 322,83 | 374,07 | 552,41 | 620,87 | 754,61 | 1409,08 | 2136,89 | 2893,27 | 3241,65 |
| *Итого по разделу III* | *5,00* | *332,83* | *384,07* | *562,41* | *630,87* | *764,61* | *1419,08* | *2146,89* | *2903,27* | *3251,65* |
| **V Краткосрочные пассивы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| кредиторская задолженность |  | 0,38 | 0,39 | 0,68 | 0,46 | 2,15 | 1,97 | 2,07 | 2,20 | 2,24 |
| *Итого по разделу V* | *0,00* | *0,38* | *0,39* | *0,68* | *0,46* | *2,15* | *1,97* | *2,07* | *2,20* | *2,24* |
| **Итого баланс:** | **5,00** | **333,21** | **384,46** | **563,09** | **631,33** | **766,76** | **1421,06** | **2148,96** | **2905,46** | **3253,89** |

Баланс (пессимистический вариант)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **4 кв.**  **2006** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Годы** | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **Актив** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **I Внеоборотные активы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Основные средства |  | 282,4 | 282,4 | 282,4 | 282,4 | 282,4 | 602,4 | 602,4 | 602,4 | 602,4 |
| Накопленная амортизация |  | 7,54 | 15,08 | 22,62 | 30,16 | 30,16 | 74,99 | 121,15 | 167,31 | 602,40 |
| Остаточная стоимость основных средств: |  | 274,86 | 267,32 | 259,78 | 252,24 | 252,24 | 527,41 | 481,25 | 435,09 | 0,00 |
| *Итого по разделу I* |  | *274,86* | *267,32* | *259,78* | *252,24* | *252,24* | *527,41* | *481,25* | *435,09* | *0,00* |
| **II Оборотные активы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| в т.ч запасы |  | 1,12 | 2,03 | 1,47 | 1,65 | 1,65 | 1,73 | 1,84 | 1,88 | 1,59 |
| Дебиторская задолженность |  | 30,78 | 20,89 | 36,22 | 24,62 | 114,91 | 53,41 | 125,25 | 207,15 | 290,08 |
| Денежные средства | 5,00 | -26,72 | -22,01 | 62,73 | 101,27 | 101,27 | 161,39 | 475,24 | 782,61 | 1065,31 |
| *Итого по разделу II* | *5,00* | *5,18* | *0,91* | *100,43* | *127,54* | *217,83* | *216,52* | *602,33* | *991,64* | *1356,98* |
| **Итого баланс:** | **5,00** | **280,04** | **268,23** | **360,21** | **379,78** | **470,07** | **743,94** | **1083,58** | **1426,73** | **1356,98** |
| **Пассив** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **III Капитал и резервы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Уставный капитал | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 10,00 |
| Нераспределенная прибыль | -5,00 | 269,64 | 257,96 | 349,74 | 369,46 | 458,58 | 732,61 | 1072,19 | 1415,25 | 1345,48 |
| *Итого по разделу III* | *5,00* | *279,64* | *267,96* | *359,74* | *379,46* | *468,58* | *742,61* | *1082,19* | *1425,25* | *1355,48* |
| **V Краткосрочные пассивы** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| кредиторская задолженность |  | 0,40 | 0,27 | 0,47 | 0,32 | 1,49 | 1,33 | 1,39 | 1,48 | 1,50 |
| *Итого по разделу V* | *0,00* | *0,40* | *0,27* | *0,47* | *0,32* | *1,49* | *1,33* | *1,39* | *1,48* | *1,50* |
| **Итого баланс:** | **5,00** | **280,04** | **268,23** | **360,21** | **379,78** | **470,07** | **743,94** | **1083,58** | **1426,73** | **1356,98** |

# Анализ ликвидности и платежеспособности фирмы (по наиболее вероятному варианту)

Общее финансовое состояние фирмы можно определить следующими коэффициентами.

Показатели эффективности

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **в т.ч. по кварталам** | | | | **Итого 2007** | **Годы** | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| **Показатели финансовой устойчивости** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Коэффициент автономии | 0,999 | 0,999 | 0,999 | 0,999 | 0,997 | 0,998 | 0,999 | 0,999 | 0,999 |
| Коэффициент соотношения заемных и собственных средств | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,001 | 0,003 | 0,002 | 0,001 | 0,001 | 0,001 |
| Коэффициент маневренности | 0,112 | 0,186 | 0,439 | 0,502 | 0,592 | 0,513 | 0,702 | 0,799 | 1,000 |
| Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками | 1,123 | 2,340 | 4,486 | 8,262 | 2,546 | 3,464 | 3,216 | 3,035 | 2,893 |
| Коэффициент имущества производственного обозначения | 0,986 | 0,893 | 0,658 | 0,558 | 0,639 | 0,634 | 0,516 | 0,464 | 0,345 |
| Коэффициент абсолютной ликвидности | 7,1 | 99,2 | 273,1 | 570,3 | 122,2 | 238,8 | 452,3 | 630,9 | 806,8 |
| Коэффициент ликвидности | 86,1 | 178,2 | 352,1 | 649,3 | 201,2 | 335,7 | 656,5 | 940,9 | 1233,0 |
| Коэффициент покрытия | 89,7 | 185,8 | 355,3 | 653,5 | 202,1 | 336,7 | 657,5 | 942,0 | 1233,8 |
| **Показатели оборачиваемости активов:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Коэффициент оборачиваемости активов | 1,1 | 0,9 | 1,2 | 0,8 | 2,6 | 1,6 | 1,2 | 1,0 | 1,0 |
| Коэффициент оборачиваемости запасов и затрат | 194,8 | 94,2 | 244,9 | 200,8 | 771,4 | 762,5 | 777,0 | 824,6 | 1012,0 |
| Коэффициент оборачиваемости дебетовой задолженности | 11,1 | 11,6 | 12,2 | 13,0 | 11,1 | 11,1 | 5,5 | 3,8 | 2,9 |
| Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности | 877,5 | 919,3 | 961,1 | 1023,8 | 877,5 | 1076,3 | 1132,7 | 1190,7 | 1252,3 |
| **Показатели использования активов:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рентабельность активов, % | 31,6 | 18,7 | 46,0 | 21,3 | 77,5 | 58,4 | 44,2 | 38,5 | 39,8 |
| Рентабельность заемного капитала, % | 251,2 | 186,3 | 371,7 | 276,5 | 264,1 | 382,9 | 413,7 | 453,6 | 491,2 |
| Рентабельность продаж, % | 28,6 | 20,3 | 38,7 | 27,0 | 30,1 | 35,6 | 36,5 | 38,1 | 39,2 |
| **Оценка эффективности производства:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Производительность труда, тыс. руб./чел. | 31,1 | 27,6 | 50,1 | 36,3 | 145,1 | 161,6 | 177,9 | 199,0 | 212,8 |
| Прибыль на одного рабочего, тыс. руб./чел. | 8,9 | 5,6 | 19,4 | 9,8 | 43,7 | 57,5 | 65,0 | 75,8 | 83,5 |
| Фондовооруженность, тыс. руб./чел. | 25,0 | 24,3 | 23,6 | 22,9 | 22,9 | 47,9 | 43,8 | 39,6 | 0,0 |

Рассмотрим подробнее некоторые аспекты финансового анализа:

* Коэффициент автономии (Ка), характеризующий независимость предприятия от заемных средств на протяжении всего периода работы агентства >0,5, т.е. можно сделать вывод, что все обязательства агентства покрываются собственными средствами, что с точки зрения кредиторов гарантирует погашение выданных ими займов.
* Плечо пассива (коэффициент соотношения заёмных и собственных средств) находится в пределах нормы (Кз/с <1).
* Высокое значение коэффициента маневренности (Км) означает, что фирма в состоянии свободно маневрировать собственными средствами, что особенно выявляется на втором году деятельности.
* Коэффициент обеспеченности запасов (Ко) >1, что крайне редко встречается в РФ и обусловлено спецификой рынка услуг.
* Коэффициент имущества производственного значения на протяжении всего периода проекта > 0,5, что демонстрирует высокую производственную мощность.
* Коэффициенты ликвидности (Кал, Кл) находятся более чем в пределах нормы, значит активы фирмы, рассматриваемые в качестве источников покрытия краткосрочных финансовых обязательств, абсолютно ликвидны.
* Прирост доходов работников (15%) агентства соответствует наращиванию производительности труда (12%).

На основе анализа кредитоспособности ООО «CUPID», агентство можно отнести к надежной кредитоспособной группе банковских заёмщиков.

Завершающим этапом анализа финансового состояния предприятия является анализ деловой активности и рентабельности активов. В ООО «CUPID» достаточно высока скорость оборачиваемости собственного капитала, что свидетельствует о повышенной деловой активности предприятия.

# 11 стратегия финансирования

Для открытия организации необходимы финансовые ресурсы в размере 410 тыс.руб., которые полностью финансируются за счет собственных средств.

Определение средневзвешенной стоимости капитала:

,

где WACC – средневзвешенная цена или средневзвешенная стоимость капитала фирмы,

kj – цена j-того источника капитала,

dj – удельный вес j-того источника капитала во всем объеме инвестиционных ресурсов,

n - число источников финансирования инвестиций.

Так как планируется проводить финансирование только за счет собственных средств (паевые взносы в общество с ограниченной ответственностью), то средневзвешенная цена капитала составит:

WACC= Цсобст = 15% или 0,15 .Это только пример. Каждый рассчитывает WACC по своему примеру.

Таким образом, барьерная ставка = WACC + 5 пунктов (для нового продукта) = 15+5 = 20%

В следующих таблицах представлен расчет возмещения вложенных средств.

Денежный поток проекта образуется как чистая прибыль плюс амортизационные отчисления.

Так для наиболее вероятного варианта:

NPV = -404,00: (1+ 0,2)0 + 225,29:(1+ 0,2)1 + 337,01:(1+ 0,2)2 + 384,08:(1+ 0,2)3 + 463,82:(1+ 0,2)4 + 524,35:(1+ 0,2)5  = 1010,3 тыс.руб.

Интегральные показатели эффективности инновационного проекта (наиболее вероятный вариант)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Год** | | | | | |
| **2006** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| Инвестиции | 404,00 | 10,00 |  |  |  |  |
| Выручка от реализации |  | 1596,00 | 1777,60 | 1956,66 | 2188,93 | 2340,40 |
| Текущие производственные затраты |  | 761,35 | 645,50 | 681,33 | 615,45 | 531,12 |
| Операционная прибыль |  | 834,65 | 1132,10 | 1275,33 | 1573,47 | 1809,28 |
| Амортизационные отчисления |  | 30,16 | 44,83 | 46,16 | 46,16 | 46,16 |
| Валовая прибыль |  | 804,49 | 1087,27 | 1229,17 | 1527,31 | 1763,12 |
| Налоги, сидящие в себестоимости |  | 511,46 | 669,87 | 746,42 | 930,65 | 1079,98 |
| Налог на прибыль |  | 87,91 | 125,22 | 144,82 | 179,00 | 204,94 |
| Чистая прибыль |  | 205,13 | 292,18 | 337,92 | 417,66 | 478,19 |
| Денежный поток | -404,00 | 225,29 | 337,01 | 384,08 | 463,82 | 524,35 |
| *Дисконтированный денежный поток* | *-404,00* | *204,81* | *278,52* | *288,56* | *316,80* | *325,58* |
| *Возмещение стоимости* | *-404,00* | *-199,19* | *79,32* | *367,89* | *684,68* | *1010,27* |
| *Внутренняя норма доходности, %* |  |  |  |  |  | ***73*** |

Интегральные показатели эффективности инновационного проекта (оптимистический вариант)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Годы** | | | | | |
| **2006** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| Инвестиции | 404,00 | 10,00 |  |  |  |  |
| Выручка от реализации |  | 1915,20 | 2133,12 | 2347,99 | 2626,71 | 2808,48 |
| Текущие производственные затраты |  | 762,64 | 610,59 | 624,23 | 537,56 | 432,27 |
| Операционная прибыль |  | 1152,56 | 1522,53 | 1723,75 | 2089,15 | 2376,21 |
| Амортизационные отчисления |  | 30,16 | 44,83 | 46,16 | 46,16 | 46,16 |
| Валовая прибыль |  | 1122,40 | 1477,71 | 1677,59 | 2042,99 | 2330,05 |
| Налоги, сидящие в себестоимости |  | 665,16 | 800,83 | 907,76 | 1123,53 | 1299,81 |
| Налог на прибыль |  | 137,17 | 203,06 | 230,95 | 275,84 | 309,07 |
| Чистая прибыль |  | 320,07 | 473,81 | 538,88 | 643,63 | 721,17 |
| Денежный поток | -404,00 | 340,23 | 518,64 | 585,04 | 689,79 | 767,33 |
| *Дисконтированный денежный поток* | *-404,00* | *309,30* | *428,63* | *439,55* | *471,13* | *476,45* |
| *Возмещение стоимости* | *-404,00* | *-94,70* | *333,92* | *773,48* | *1244,61* | *1721,06* |
| *Внутренняя норма доходности, %* |  |  |  |  |  | ***98*** |

Интегральные показатели эффективности инновационного проекта (пессимистический вариант)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **Годы** | | | | | |
| **2006** | **2007** | **2008** | **2009** | **2010** | **2011** |
| Инвестиции | 404,00 | 10,00 |  |  |  |  |
| Выручка от реализации |  | 1276,80 | 1422,08 | 1565,32 | 1751,14 | 1872,32 |
| Текущие производственные затраты |  | 775,15 | 681,08 | 738,93 | 693,74 | 630,28 |
| Операционная прибыль |  | 501,65 | 741,00 | 826,39 | 1057,41 | 1242,04 |
| Амортизационные отчисления |  | 30,16 | 44,83 | 46,16 | 46,16 | 46,16 |
| Валовая прибыль |  | 471,49 | 696,17 | 780,23 | 1011,25 | 1195,88 |
| Налоги, сидящие в себестоимости |  | 364,89 | 538,25 | 584,58 | 737,39 | 859,86 |
| Налог на прибыль |  | 31,98 | 47,38 | 58,69 | 82,16 | 100,81 |
| Чистая прибыль |  | 74,62 | 110,55 | 136,95 | 191,70 | 235,22 |
| Денежный поток | -404,00 | 94,78 | 155,38 | 183,11 | 237,86 | 281,38 |
| *Дисконтированный денежный поток* | *-404,00* | *86,16* | *128,41* | *137,58* | *162,46* | *174,71* |
| *Возмещение стоимости* | *-404,00* | *-317,84* | *-189,43* | *-51,85* | *110,61* | *285,32* |
| *Внутренняя норма доходности, %* |  |  |  |  |  | ***30*** |

*Чистая текущая стоимость* отражает масштабы проекта и размер дохода, который можно получить при реализации услуг ООО «Cupid» в прогнозируемом объеме. Эта величина положительна и составляет более 1010,27 тысяч рублей.

*Индекс рентабельности инвестиций* (PI) рассчитывается:

PI = 

IC – инвестиции

PI = 1010,27 : 413,9 = 2,44, т.е. проект следует принять, т.к. PI > 1.

*Внутренняя норма прибыли* (IRR) – значение коэффициента дисконтирования, при котором NPV проекта равен 0:

IRR = r1 + f(r1)/(f(r1) – f(r2))\*(r2- r1)

r2- значение табулированного коэффициента дисконтирования, при котором f(r2) <0.

На практике для поиска более точной ставки эффективности вложения, сначала рассчитывается такая ставка, при которой NPV имеет отрицательное значение.

Так при r2 = 90%, NPV = -404,00: (1+ 0,9)0 + 225,29:(1+ 0,9)1 + 337,01:(1+ 0,9)2 + 384,08:(1+ 0,9)3 + 463,82:(1+ 0,9)4 + 524,35:(1+ 0,9)5  = - 79,3 тыс.руб.

IRR = 20 + 1010,27 / (1010,27 – 79,3) \*(90 – 20) = 99,37%

Внутренняя норма доходности (IRR) по всем вариантам расчета проекта превышает средневзвешенную цену капитала (IRR > WACC), поэтому проект следует принять к реализации.

*Модифицированная внутренняя норма прибыли* (MIRR) – внутренняя норма прибыли, скорректированная с учетом реинвестиций и рассчитывается:

∑OFi : (1+r)i = 

OFi - отток денежных средств в i-ом периоде

IFi - приток денежных средств в i-ом периоде

404,00: (1+ 0,2)0 + 10: (1+ 0,2)1  = (225,29\*(1+ 0,2)5 + 337,01\*(1+ 0,2)4 + 384,08\*(1+ 0,2)3 + 463,82\*(1+ 0,2)2 + 524,35\*(1+ 0,2)1): (1+MIRR)6

Отсюда MIRR = 41% < IRR

*Дисконтированный срок окупаемости* (DPP) определяет период, начиная с которого первоначальные вложения и другие затраты, связанные с инвестированием проекта, покрываются суммарными доходами от его реализации. Так как реализация проекта началась в 4 кв. 2006 года (0,25 года):

DPP = 0,25 + 1 + 79,32/199,19 =1,64 года

Проект окупается за 1,6 года.