

## Оглавление

3	Расчеты и аналитика	28
3.1	Вид деятельности, схема работы	28
3.2	Стратегический анализ проекта	17
4	Результаты проведенного исследования	38
4.1	Маркетинговый план	38
4.2	Механизм деятельности станции заправки	39
4.3	Оценка эффективности инвестиционного проекта	41
5	Социальная ответственность	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.1	Описание рабочего места на предмет возникновения вредных и опасных производственных факторов на данном рабочем месте	
		<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.2	Анализ выявленных вредных факторов	
		<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.3	Анализ выявленных опасных факторов проектируемой производственной среды	67
5.4	Охрана окружающей среды	
		<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.5	Защита в чрезвычайных ситуациях	
		<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
5.6	Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности	70
5.7	Заключение по разделу «Социальная ответственность»	73
	Заключение .....	<b>Ошибка! Закладка не определена.</b>
	Список использованных источников	79
	Приложение А- Исходные данные для расчета финансовой модели	<b>Ошибка!</b>
	<b>Закладка не определена.</b>	

Приложение Б-Динамика чистого денежного потока, тыс.руб. в квартал

**Ошибка! Закладка не определена.**

Диск CD-R

в конверте  
на обороте  
обложки

## Введение

Сегодня уже не удастся найти ни одного дома и особенно предприятия, в котором не было бы компьютерной техники. И давно неоспорим тот факт, что компьютер стал частью нашей жизни. Но любая техника, будь то известных брендов или нет, часто, и как правило, неожиданно в самый не подходящий момент может сломаться. Следовательно, должны быть и компьютерные фирмы, занимающиеся ремонтом – устранением таких поломок. Услуги таких фирм практически всегда остаются востребованными.

Время, когда бизнес по ремонту компьютерной техники был не так значим, давно прошло, и теперь все больше предпринимателей заинтересованы в создании таких компаний. Фирмы, оказывающие услуги по ремонту компьютеров, пользуются большой популярностью, их количество увеличивается изо дня в день. В этой сфере деятельности практически нет минусов, для создания такой компании предпринимателю не понадобятся большие вложения, более того для ведения этого бизнеса характерны минимальные риски.

Так сложилось, что крупные корпорации, занимающиеся продажей компьютерной техники, не заинтересованы в подобном сервисе, для них было бы выгодней превратить его в одну из дополнительных услуг. Это значительно облегчает работу мелким предпринимателям и открывает им путь на рынок компаний, предоставляющих компьютерные услуги.

Причины, по которым клиенты обращаются в фирмы, оказывающие услуги компьютерного сервиса, весьма разнообразны. К основным можно отнести установку нового оборудования, программного обеспечения, защиту и лечение от вирусов, настройку сети, прокладку сетей и многое другое. По статистике, лишь каждый десятый пользователь сможет самостоятельно разобраться в этих задачах, выявить неполадку и исправить ее, остальные, а их большинство, обязательно обратятся за помощью в компьютерный сервис или к знакомому системному администратору.

Перед тем как открыть собственную фирму по оказанию компьютерных услуг, в первую очередь предприниматель должен провести детальное изучение рынка компьютерных технологий. Конечно, выявить точный объем рынка невозможно, слишком много факторов, влияющих на его колебания. Но средние показатели маркетинговых исследований сферы компьютерного сервиса в многонаселенных регионах России колеблются в районе десяти процентов в год, и то эта цифра только приблизительная.

Как было написано ранее, для организации и ведения такого бизнеса вовсе не нужен многомиллионный капитал, но не стоит забывать и о том, что на рынке компьютерных услуг все же присутствуют некоторые проблемы и этот бизнес, как и любой другой, имеет свои плюсы и минусы.

Каждый год рынок компьютерных технологий пополняется новой маленькой или средней компанией, но по истечению времени она превращается в более влиятельную, и уже может создать определенную конкуренцию другим фирмам. Следовательно, уже существующим компаниям, зарекомендовавшим себя на рынке достаточно конкурентоспособными организациями, придется еще больше работать над улучшением качества своих услуг, внедрять новые предложения, улучшать уровень обслуживания, расширять штат сотрудников чтобы быть преуспевающими.

Основной задачей любого начинающего и действующего предпринимателя является выход на определенный уровень и возможность на нем закрепиться. В связи с этим, чтобы остаться на плаву, фирма должна

сделать акцент на том, как удержать старых клиентов, и добиться того, чтобы новый клиент посчитал выгодным обратиться за помощью именно к ней. И тут каждая компания определяет для себя свою методику работы, устанавливает гибкую ценовую политику, скидки, дополнительные услуги.

Также важна скорость, с которой сервис обслуживает своих клиентов, не важно, в какое время поступила та или иная заявка, она должна быть выполнена ровно в срок и не позже. Только таким образом можно добиться эффективной работы и постоянного обслуживания клиентов.

Что касается абонентской платы, отчисляемой ежемесячно клиентом в компьютерный сервис, она гарантирует не только качество обслуживания, но и саму культуру работы с клиентами.

Справиться со всеми этими задачами поможет специально разработанный бизнес план в сфере предоставления компьютерных услуг. С его помощью удастся избежать множества проблем при открытии компании предоставляющей скорую компьютерную помощь и быть лидером среди многочисленной конкуренции.

Подводя итоги, следует отметить тот факт, что для открытия и дальнейшего прибыльного ведения бизнеса предприниматель должен быть полностью уверен в своих силах, а также четко и своевременно реагировать на изменения, происходящие в мире компьютерных фирм.

Актуальность бизнес планирования предопределила выбор данной темы выпускной квалификационной работы.

Целью данной ВКР является выработка стратегии развития предприятия по обслуживанию оргтехники.



Рисунок 1 – Общий алгоритм разработки и реализации управленческого бизнес-плана

## 2 Объект и методы исследования

### 2.1 Объект исследования

ООО Оргсервис было основана в 2009 году в г. Кемерово.

В настоящее время компания является сервисным центром по обслуживанию и ремонту оргтехники, а так же заправке и восстановлению картриджей, так же «Оргсервис» официальный поставщик и партнер программного обеспечения компаний Microsoft, Касперского, а так же картриджей в Кемеровской области. В наличии полный набор лицензионного ПО, оригинальных и совместимых картриджей для современных копировальных аппаратов, лазерных и струйных принтеров широко известных производителей таких как HP, Kyocera, Epson, Samsung, Xerox , Lexmark, Toshiba и др.

Построена гибкая организационная структура, достаточные собственные финансовые ресурсы и склад готовой продукции позволяет осуществлять гарантированную оперативную доставку в любые районы Кемерово. Сегодня компания имеет 8 активно действующих бизнес-партнеров и поддерживает более 200 контактов в Кемеровской области.

Компания «Оргсервис» также осуществляет доставку совместимых картриджей, от заводов-изготовителей России. Себестоимость таких картриджей намного ниже своих оригинальных собратьев, а по качеству ничем им не уступают.

ООО «Оргсервис» осуществляет ремонт оргтехники (МФУ, принтеры, копировальные аппараты, факсы), так же поставку расходных материалов для офисной техники: тонеры, фотобарабаны, валы заряда и т.п.

Каждый заказчик и бизнес-партнер ООО «Оргсервис» оперативно получает информацию об объявлении новых продуктов, изменении цен, состоянии склада. Всем заказчикам предоставляются дополнительные услуги по гарантированной доставке ПО, картриджей в предельно короткие сроки во все районы Кемерово. Компания «Оргсервис» имеет собственную техническую службу поддержки и гарантийного обслуживания оборудования, персонал которых прошел обучение в учебных центрах производителей.

На базе данного предприятия будет создан новый вид деятельности – заправка и восстановление картриджей. Данный вид услуги очень востребован на рынке. Предприятие будет иметь юридический статус ИП. Это обусловлено рядом причин, в т.ч. щадящий налоговый режим по сравнению с традиционной системой налогообложения и наличие потенциальных потребителей данной услуги, которые не являются плательщиками НДС.

## 2.2 Методы исследования

Применяемые методы исследования:

1 Анализ и синтез, позволяющие сопоставлять факты и события, делать выводы и планировать дальнейшие этапы исследования.

2 Методы проведения маркетингового анализа и разработки стратегии: PEST/STEP анализ, анализ конкуренции.

Анализ влияния внешней среды показывает, какое влияние она оказывает с точки зрения правовой, политической, социально-демографической, экономической, научно-технической, экологической, культурной и т.п.

### 3 Расчеты и аналитика

#### 3.1 Вид деятельности, схема работы

Этот вид деятельности довольно необычен, поэтому, выбирая его, можно рассчитывать на малое количество конкурентов и оптимальную востребованность услуг. Это не удивительно: абсолютно каждый клиент будет стремиться пополнить чернила в картридже, а не купить новый, поскольку заправка стоит в три раза дешевле, нежели покупка. При этом целевая аудитория у бизнесмена будет неограниченной – к нему будут приходить все, у кого есть принтер в офисе или дома. Основными же клиентами будут:

- крупные офисы населенного пункта
- различные мелкие компании, частные предприниматели
- государственные учреждения

Особое внимание следует обратить на фирмы, которые предлагают услуги печати документов и ксерокопию. У них чернила в технике иссякают очень быстро, поэтому сотрудничая с ними, можно отлично заработать на заправке картриджей. Чтобы этого добиться, нужно не ждать, пока такие клиенты придут в офис сами, а самостоятельно выйти на них и предложить им услуги по выгодной цене. С такими заказчиками можно даже заключить договор о постоянной работе, и тогда предприятие не будет знать недостатка в заказах.

Что же касается организации работы, то это достаточно простая бизнес-идея: заправка картриджей не потребует ни крупного офиса, ни покупки сложного оборудования, ни наличия большого штата сотрудников. В данном случае услуга будет осуществляться в арендованном помещении.

Успешный бизнес на заправке картриджей должен ориентироваться на максимально широкий спектр принтеров – стоит научиться работать с любой копировальной техникой, включая лазерные и струйные принтеры, копиры, факсы и т.д., причем необходимо предлагать заправку как черно-белого, так и цветного оборудования

Чернила для картриджей следует закупать у одних и тех же поставщиков, которые предлагают самые низкие цены на эту продукцию, и таковых следует поискать заранее, заключив с ними соответствующие договоры

Кроме того, не нужно подолгу искать подходящих сотрудников. Заправка картриджей – бизнес-идея, которая не требует особых знаний: 3-5 дней практики, и любой человек сможет работать с любой техникой. Поэтому, когда бизнесмену понадобятся помощники, он может быстро компенсировать недостаток рабочих рук, просто пригласив студентов.

Даже если предприниматель решит освоить очень маленькую долю рынка, он может рассчитывать на хороший доход уже в первые месяцы работы. Практически сразу же к нему будет приходить минимум 300 клиентов в месяц, и если предлагать каждому услуги стоимостью 500 рублей, к концу месяца можно будет заработать 150 тыс.

Дополнительный заработок возможен при расширении спектра услуг. Клиентам можно предлагать дополнительно ремонт оргтехники, продажу запчастей для нее, продажу тонеров для тех, кто хочет заниматься заправкой самостоятельно.

Главная задача предпринимателя – предлагать качественную работу и при этом выполнять ее очень быстро. В такой ситуации бизнес на заправке картриджей будет по-настоящему процветать, и даже такая простая идея

сможет принести прибыль, которая устроит даже самого требовательного бизнесмена.

Целевая аудитория.

Клиентов услуги по заправке картриджей можно разделить на физлица и организации. Среди первых наиболее активны студенты – им нужно распечатывать учебные материалы, курсовые и дипломы. Среди вторых самый интенсивный спрос – со стороны государственных и муниципальных ведомств, в их работе много формальностей и печатается больше бумаг. К тому же бюджетные структуры неохотно переходят на электронный документооборот. Активно пользуются заправкой картриджей малые частные типографии, центры распечатки. К целевой аудитории относятся школы, вузы, лицеи, профессиональные учебные заведения.

Уровень конкуренции

У бизнеса по заправке картриджей очень маленькая емкость. Если на 100 000 населения есть 5 заправочных центров (во многих городах России цифра достигнута), это можно считать большой конкуренцией.

На конкурентоспособность влияют: расположение фирмы-заправщика, количество поддерживаемых фирм-производителей картриджей, удобный для клиента график работы (желательно без обеда, до 8-9 вечера).

Важно занимать ниши раньше конкурентов, опережать их. Один картридж может выдержать порядка 10 перезаправок без потери качества, а это два-три года пользования – все это время клиенту нет смысла менять фирму-заправщика, он становится постоянным. Разумно либо кооперироваться с профессионалами смежных специализаций, например, в сфере бизнеса по ремонту компьютеров, либо самостоятельно осваивать более широкий спектр услуг на этапе открытия.

Планируемый вид создаваемой деятельности по ОКВЭД:

51.4 Дополнительный вид деятельности – Оптовая торговля непродовольственными потребительскими товарами.

51.70 Дополнительный вид деятельности – Прочая оптовая торговля.

### 3.2 Стратегический анализ проекта

Стратегический анализ планируемого бизнеса проведен методом SWOT-анализа, выделены слабые стороны, недостатки, возможности и сильные стороны компании.

Таблица 2 – PEST (STEP) анализ создания бизнеса совместных покупок в городе Юрге

Факторы	Балл	Проявление	Возможные ответные меры предприятия
1	2	3	4
<b>Политические (P)</b>	24		
1 Стабильная политическая ситуация в стране, преемственность власти	4	Изменения правил работы на рынке	Работа на рынке в соответствии с новыми правилами
2 Государственное влияние отрасли, ввод нового закона регулирующих деятельность совместных закупок.	5	Увеличение затрат на введение бизнеса	Подготовка к принятию данного законопроекта
3 Изменение налогового законодательства, регулирующая отрасль, ввод более жесткого налогового администрирования	5	Увеличение затрат	Увеличение стоимости услуг, налоговая оптимизация бизнеса.
4 Изменение таможенного законодательства	5	Увеличение таможенных пошлин	Увеличение цен на покупки, снижение выручки.
5 Изменение законодательства, регулирующих деятельность интернет – торговли и интернет-сайтов	5	Увеличение затрат на введение бизнеса	Мониторинг законодательства, работа по новым правилам.
<b>Экономические (E)</b>	12		
1 Инфляция, курс национальной валюты, цены на нефть	5	Снижение объемов, увеличение цена на зарубежную продукцию	Диверсификация бизнеса – включение товаров местного производства, оптимизация и сокращение
2 Увеличения благосостояния и уровня жизни в регионе	4	Снижение объемов	Оптимизация и сокращение затрат
3 Снижение доходов, увеличение безработицы в городе	3	Снижение объемов	Работа с различными ближайшими городами.
<b>Социальные (S)</b>	6		
1 Отсутствие у значительной части населения доходов.	2	Снижение выручки	Сокращение затрат
2 Демографические изменения, трудовая/социальная мобильность	1	Изменение выручки	Оптимизация бизнеса в соответствии с потребностями рынка
3 Бренд, репутация компании.	3	Увеличение лояльности к компании, увеличение выручки	Увеличение затрат на формирование бренда компании и поддержку репутации компании, работа над качеством оказываемых услуг
<b>Технологические (T)</b>	6		
1 Ввод новых способов торговли и продаж	2	Снижение выручки	Активное участие в создании таких способов
2 Распространение интернета в городе, понимания понятия «совместных покупок»	4	Увеличение выручки	Просвещение населения, статьи в СМИ и т.д.

## Анализ пяти сил Портера

Оценим влияние пяти сил Портера на предполагаемый бизнес и привлекательность его видения.

1 Угроза появления продуктов-заменителей: продукты-заменители на рынке обслуживания и ремонта оргтехники присутствуют, причем значительно. Это и организации и предприятия аналогичной направленности, и «домашняя заправка».

Степень влияние угрозы – сильная.

2 Угроза появления новых «игроков»: для выхода новых игроков не требуется значительных затрат. Возможен приход как федерального игрока, так и местного.

Степень влияние угрозы – значительная.

3 Рыночная власть поставщиков: существует возможность выбора производителей и продавцов продукции. Ограничения лишь в минимальной партии заказа и также в возможных таможенных и законодательных ограничениях.

Возможность выбора клиентов ограничена, необходимо их привлечение более лучшими условиями, чем у конкурентов.

Рыночная власть поставщиков – умеренная.

4 Рыночная власть потребителей

Первоначальными потребителями услуг будут частные клиенты. Потребителям интересна цена, безопасность проведения сделки.

Рыночная власть потребителей – сильная.

5 Уровень конкурентной борьбы: данный вид бизнеса характеризуется высоким уровнем конкуренции, в связи с низким порогом входа на рынок.

Уровень конкурентной борьбы – сильный.

SWOT – анализ бизнеса

Произведем SWOT-анализ создаваемого бизнеса по организации совместных покупок, выделив слабые стороны, недостатки, возможности и сильные стороны.

SWOT-анализ – способ стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на бизнес. Все факторы делятся на четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats (угрозы). SWOT – анализ будет базироваться на данных и выводах полученных в предыдущих главах на основе проведения PEST/STEP анализа и анализа пяти сил Портера.

Внутренние факторы:

«S» Сильные стороны (strengths):

Проработанная концепция развития и созданный сайт;

Наличие большого количества времени у организаторов;

Проработанная налоговая и законодательная концепция проекта.

«W» слабые стороны (weaknesses):

Завязка бизнеса на г. Кемерово;

Отсутствие опыта работы на рынке;

Отсутствие постоянной группы клиентов и поставщиков;

Отсутствие высококвалифицированного обученного персонала.

Внешние факторы:

«O» – Возможности (Opportunities)

Рост объемов рынка, за счет создания спроса в городе Кемерово;

Рост рынка, за счет увеличения доходов населения.

«T» – Угрозы (Threats)

Экономические факторы;

Угроза изменения законов, регулирующие деятельность совместных покупок;

Рост конкуренции на рынке, появление новых игроков.

Приведем полученные стратегии создаваемого бизнеса (таблица 2)

Таким образом, исходя из проведенного SWOT-анализа, необходимо работать над снижением влияния внешних угроз и использованием благоприятных возможностей рынка. Необходимо учитывать, что возможности и угрозы могут переходить в свою противоположность:

– неиспользованная внешняя возможность может стать внешней угрозой, если ее использует конкурент;

– предотвращенная внешняя угроза может создать для проекта дополнительную сильную сторону, если конкуренты не устранили эту же угрозу.

Таблица 3 – SWOT-анализ создаваемого бизнеса в области совместных покупок

	«О» Возможности	«Т» Угрозы
«S» Сильные стороны	<p>Как за счет своих сильных сторон использовать имеющиеся возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Реклама для увеличения спроса на услуги создаваемого сервиса совместных покупок;</li> <li>2 Интеграция сервиса с социальными сетями;</li> <li>3 Сотрудничество с производителями, предложения им сотрудничество. Особенно, новые производства в регионе.</li> <li>4 Использование агрессивных рекламных инструментов для увеличения своей доли на рынке;</li> <li>5 Использование кредитных ресурсов для увеличения доли на рынке;</li> <li>6 Развитие собственных франчайзинговых схем;</li> <li>7 Осуществление продаж продукции с доставкой на дом.</li> </ol>	<p>Для устранения угроз при использовании силы необходимо:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Работа в правовом поле, на УСН;</li> <li>2 Позиционирование ресурса как «Белых» совместных покупок, имеющие главной целью – гарантия безопасности покупок по низкой цене;</li> <li>3 Создание ресурса для формирования базы организаторов закупок, с рейтингами и оценками. Аналогично – база покупателей. С системой оценок, отзывов по каждой закупке, к примеру, аналогично сайту fl.ru</li> <li>4 Создание нормативной базы для работы организаторов закупок в правовом поле. Договора, подтверждающие документы, налоговая отчетность.</li> <li>5 Поддержка репутации компании. Увеличение лояльности клиентов, работа над повышением качества услуг и предоставляемых товаров;</li> <li>6 Разработка системы материального и нематериального поощрения работников;</li> <li>7 Организация курсов обучения специальной кухни.</li> </ol>
	«О» Возможности	«Т» Угрозы
«W» Слабые стороны	<p>Возможности по устранению слабых сторон реализуемого проекта это:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Привлечение организаторов закупок со стороны с опытом практической работы с других ресурсов;</li> <li>2 Бенчмаркинг (копирование) - стратегия использования возможностей – копирование бизнес-процессов и действий наиболее</li> </ol>	<p>Стратегии для того, что бы угрозы не увеличили слабые стороны проекта:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Деятельность по развитию смежных (сопутствующих) направлений;</li> <li>2 Предоставление услуг по работе в других ближайших городах;</li> <li>3 Развитие корпоративной культуры направленной на повышение лояльности персонала к лицу;</li> <li>4 Гибкая ценовая политика;</li> </ol>

	успешных конкурентов, переманивание персонала, обучение персонала; 3 Формирование положительной репутации и бренда; 4 Формирование системы наставничества персонала, системы оплаты труда в зависимости от результатов деятельности;	
--	---	--

Проведенный SWOT-анализ позволяет сделать вывод, что у создаваемого бизнеса аналогичные возможности и угрозы, что и у конкурентов. Однако, учитывая сильные и слабые стороны конкурентов, создаваемый бизнес сможет сформировать такое уникальное предложение своим клиентам, которое позволит выдерживать конкуренцию на рынке. В то же время, можно говорить, что на сегодняшний день создаваемая компания не может выдерживать конкурентной борьбы со стороны лидеров рынка, однако, может вступить в конкурентную борьбу с ними территориально, в г. Кемерово.

Таким образом, в условиях высокой конкуренции ключевыми факторами успеха для создаваемой компании должны стать:

- Эффективная рекламная политика с целью повышения осведомленности об компании и его услугах, раскрутка интернет-сайта компании и формирование собственной базы поставщиков, организаторов и участников закупок;
- Высокое качество обслуживания, формирование лояльности у клиентов, формирование собственного бренда;
- Переманивание заказчиков и поставщиков и работа в легальном поле.

## 4 Результаты проведенного исследования

Применяемые методы исследования в работе:

Методы проведения маркетингового анализа и разработки стратегии: Анализ 5 сил Портера, PEST/STEP анализ, SWOT-анализ.;

Метод разработки маркетингового плана, по разделам: товар (услуга), цена, место, продвижение;

Методы определения экономической эффективности инвестиционных проектов.

Работа носит опытно-конструкторский характер и имеет практическое значение. Результаты выполнения работы: возможность использование выбранной стратегии развития бизнеса на рынке обслуживания и ремонта оргтехники в г. Кемерово.

Полученные показатели эффективности реализации проекта:

- чистый приведенный доход при ставке равной 25%,
- NPV составляет 476 тыс.руб.;
- внутренняя норма рентабельности, IRR - 88%;
- коэффициент прибыльности (PI) - 5,39;
- срок окупаемости - 17 месяцев;
- средняя норма рентабельности (ARR) – 467%;
- необходимые инвестиции для запуска проекта 269 тыс.руб.;
- рассчитанная точка безубыточности компании является 91,3 тыс.

руб. в месяц.

–

### 4.1 Маркетинговый план

Планируемый средний чек покупателей составляет 1 500 руб. Цена представлена на уровне среднерыночных предложений конкурентов города Кемерово.

Для образования базы клиентов хорошо провести рекламную кампанию путем информационной рекламы. Можно заказать рекламу на местном телевидении, газете, а также в интернете. Необходимо придумать звучное название фирмы. Брошюры или листовки с перечислением услуг фирмы можно разнести по офисам компьютерных фирм, расположенных вблизи.

Планируемые виды рекламы следующие:

Контекстная реклама в интернете (реклама в Yandex, Google) по региону Кемерово по ключевым словам

реклама в ДубльГИС;

реклама в местных печатных СМИ;

реклама в ТЦ города;

реклама в транспорте;

реклама партизанская. Скандал - повод для СМИ - развязка;

баннеры;

реклама в детских поликлиниках;

реклама в соцсетях (Вконтакте, Одноклассниках).

Сегментация клиента

Клиенты ограничены географическим регионом (Кемеровская область и, в первую очередь, г. Кемерово).

#### 4.2 Механизм деятельности станции заправки

Предприятие предлагает профессиональную заправку и восстановление картриджей. Для всех видов копировальной техники предусмотрена заправка картриджей высококласными тонерами (AQC, TomoeGawa, Katun) либо установка тонер-картриджей. Услуга восстановления включает в себя: очистку картриджа от отработанного тонера, заправку картриджа, замену селенового фотовала. Для восстановления картриджей используются фотовалы (фотобарабаны) мировых брендов, таких как Mitsubishi, Fuji и др.

Отлаженная технология позволит давать гарантию на данные операции. Важно отметить, что заправка и восстановление, выполненная специалистами, полностью исключает возможность поломки аппарата.

Информация о заправке и восстановлении картриджа.

Все картриджи после заправки тестируются - это даёт дополнительные гарантии качества. Заправка картриджами осуществляется в сервис-центре или непосредственно в офисе клиента.

Заправка картриджами позволяет значительно уменьшить стоимость печати, так как обходится намного дешевле покупки новых картриджами. Однако процесс заправки сложный и требует специальной подготовки. Без определенных навыков эту процедуру выполнить довольно сложно. Кроме того, для заправки необходимо специальное вещество, называемое тонером (порошок или жидкость). Для того, чтобы заправка картриджа оправдала себя экономически и не стала для вас «головной болью», лучше обратиться к специалистам. Услуги по заправке стоят не дорого и занимают минимум времени. В процессе заправки мы не только подберём оптимальный для вашего картриджа тонер, но и дополнительно проведём комплекс подготовительных работ. Возможна заправка при клиенте в течение 10-15 минут.

Заправка картриджа включает в себя:

- тестирование картриджа;
- полную разборку картриджа;
- очистку всех элементов картриджа специальными средствами;
- очистку бункера от отработанного тонера;
- заполнение картриджа соответствующим тонером;
- замену или перепрошивку чипа на чипованных картриджах;
- сборку картриджа;
- выходное тестирование картриджа (проверка качества);
- упаковку в герметичный светозащитный пакет;

Для заправки картриджами возможно:

1 Вызвать специалиста для заправки картриджей к в офис (процесс заправки не занимает много времени - до 15 мин. на один картридж).

2 Доставить картриджи для заправки к нам в офис собственными силами.

3 Доставить картриджи для заправки к нам в офис с помощью службы доставки.

Заправка в мастерской происходит на специализированном оборудовании, проводится квалифицированными мастерами, имеющими многолетний опыт заправки картриджей, что сводит процент рекламаций к нулю.

Используются высококачественные тонеры производства США и Японии, что обеспечивает многократное использование картриджа и отличное качество печати, не уступающее новому картриджу.

При необходимости в процессе заправки происходит замена электронного чипа, либо его перепрошивка.

После заправки в мастерской все картриджи обязательно тестируются на специальном оборудовании.

В случаях, когда заправить картридж не представляется возможным, его предлагается восстановить.

#### 4.3 Оценка эффективности инвестиционного проекта

Заключительной частью разработки стратегии развития компании является разработка финансовой модели.

Финансовая модель – это документ в формате MS Excel, содержащий расчет необходимых финансовых показателей проекта (срок окупаемости, внутренняя норма рентабельности, NPV проекта и т.д.) на основании данных о предполагаемых затратах и планируемом объеме продаж.

При изменении входных параметров финансовые показатели пересчитываются автоматически. Это позволяет проанализировать, от каких

показателей в первую очередь зависит прибыльность проекта, выявить «узкие места», провести анализ финансовой устойчивости, а также оценить различные сценарии развития событий. Кроме того, с помощью финансовой модели можно провести анализ затрат и оптимизировать издержки.

Финансовая модель является незаменимым инструментом для людей, которые хотят четко понимать, что представляет собой бизнес, которым они планируют заниматься. Кроме того, разработка финансовой модели необходима для того, чтобы оценить перспективность проекта и рассчитать его финансовые показатели (что является обязательным требованием подавляющего большинства инвесторов).

По результатам финансового моделирования разрабатывается финансовый план бизнеса и оценивается экономическая эффективность реализации проекта.

В РФ наиболее распространенным инструментарием в области составления финансовых моделей являются следующие программные продукты: «Business Plan PL», «COMFAR», «Project Expert», «Альт-Инвест», «Business Plan Writer», «PDS Бизнес-план», «Business Plan Pro», Собственные разработки в MS Excel. Наиболее дешевым и распространенным вариантом является составление финансовых моделей в программе Excel. Неотъемлемым преимуществом данного инструмента является гибкость, прозрачность и возможность адаптации финансовой модели под любую сложность проекта.

Данная модель построена на основе консервативного подхода, чтобы отразить самый низкий уровень доходности, который может быть у данной программы. Поэтому результаты расчетов должны рассматриваться как нижняя граница достижимых финансовых показателей, но которые можно предсказать с большой долей уверенности. На практике доходы, скорее всего, будут выше, возможно значительно за счет изменения таких факторов как стоимость обучения, количество обучающихся, стоимость и частота рекламы и т.д.

Финансовая модель позволяет оценить эффективность реализации программы с точки зрения инвестирования в целом в проект. Эффективность

же участия инициатора проекта зависит от формы организации бизнеса, выбранной системы налогообложения и размера вложений заемных средств, и рекомендуется рассчитывать инициатором проекта самостоятельно. Финансовая модель рассчитана на апрель 2015 года.

Во всех ячейках, окрашенных в финансовой модели светло-желтым цветом возможно изменение значений. Если идет большая таблица, с итоговыми значениями в конце таблицы - то возможно добавление и удаление строк внутри таблицы. Если добавляете первую или последнюю строку, то необходимо проверить формулу итоговых значений в таблице. Все таблицы связаны с другими.

Рассмотрим финансовую модель расчета экономической эффективности выбранной стратегий развития продвижения совместных покупок на рынке г. Кемерово. Данные для финансовой модели перечислены в приложении А. При проведении расчетов проекта были сделаны следующие допущения:

- финансовый год начинается с момента начала реализации проекта;
- основная валюта проекта – рубли;
- инфляция, колебание курса и прочие макроэкономические факторы не учитывались;

Согласно приведенной концепции бизнес-плана планируется создание бизнеса с упрощенной системой налогообложения УСН (доходы 6%). Базой для расчета налога по УСН являются полученные доходы.

При применении УСН компания не является плательщиком НДС, налога на прибыль и налога на имущество. Финансовая модель рассчитана без применения различных схем налоговых оптимизаций. Принятая ставка приведения равна 25%. Стоимость приведения приводится для расчета приведенного денежного потока, для отражения стоимости денег во времени и предполагаемого риска проекта. При участии различных инвесторов и финансовых вложений в форме займов и кредитов – ставка приведения будет отличаться, и будет зависеть от стоимости капитала инвесторов, стоимости привлечения заемного финансирования и особенностей реализуемого проекта.

Инвестиционная деятельность.

Предусмотрены следующие статьи затрат (лист «Инвестиции»):  
открытие предприятия, мебель, оргтехника, создание сайта.

Рассмотрим данные статьи затрат более подробно:

1 Открытие предприятия:

В модели в ячейке С6 выбирается форма организации бизнеса: ИП или ООО. В зависимости от выбора пересчитывается значения ячейки С8 «ИТОГО на открытие предприятия».

Исходные данные для расчета представлены в таблице ниже.

Таблица 4 – Исходные данные для расчета открытия предприятия, тыс. руб.

Наименование	Сумма
Госпошлина	0,8
Регистрационные действия (подготовка документов)	2,5
ИТОГО	3,3

2 Мебель:

Затраты осуществляются в первый месяц реализации проекта и составляют 12 тыс. руб.

Таблица 5 – Расчет оснащения мебелью, тыс.руб.

Наименование	Количество	Цена, тыс.руб. за ед.	Сумма, тыс. руб.
Стеллаж	1	6,0	6,0
Стол	2	2,0	4,0
Стулья	2	1,0	2,0
Итого оснащение мебелью			12,0

2 Оргтехника:

Затраты на оснащение оргтехникой. Затраты осуществляются в первый месяц реализации проекта и составляют 26 тыс.руб.

Таблица 6 – Расчет оборудования, тыс.руб.

Наименование	Количество	Цена, тыс.руб. за ед.	Сумма, тыс. руб.
Пылесос для тонера	1	10,0	10,0
Вытяжка	1	5,0	5,0
Заправочная станция	1	11,0	11,0
Итого			26,0

### 3Создание сайта:

Таблица 7 - Расчет затрат на создание сайта, тыс. руб.

Наименование	Сумма, тыс. руб.
Дизайн	20,0
Наполнение	20,0
CMS - система управления заказами	40,0
Раскрутка сайта	15,0
Создание групп в соцсетях и интеграция с сайтом	20,0
Итого	115,0

Таким образом, расчет инвестиционных затрат по проекту станции заправки картриджей будет следующий:

Таблица 8 - Расчет инвестиционных затрат, тыс.руб.

Наименование	Сумма, тыс.руб.
Открытие предприятия	3,3
Мебель	12,0
Оборудование	26,0
Создание сайта	115,0
<b>ИТОГО ИНВЕСТИЦИЙ</b>	<b>156,3</b>

Инвестиционные затраты составят 156,3 тыс. руб. в первый месяц реализации проекта.

Доходы. Расчет доходов приведен в листе «План продаж». Выручка рассчитывается исходя из оборота компании и установленного вознаграждения. Оборота компании рассчитывается как произведение количество покупателей в месяц на средний чек покупки. Дополнительное вознаграждение составляет 15% от суммы покупки.

В расчетах учитывается сезонность бизнеса. Для этого необходимо ввести дату начала реализации проекта в формате дата в листе «План продаж». Исходные данные для расчета следующие:

Количество покупателей, в среднем в месяц в зависимости от месяца: в среднем в месяц - 500 покупателей; за срок «Февраль-Март» - 600 покупателей; за срок «Декабрь» - 700 покупателей. Средний чек покупателя составляет 1,5 тыс.руб. на одного покупателя. Тогда план продаж будет следующий:

Таблица 9 – Расчет плана продаж, тыс. руб. в месяц

1 год реализации проекта												
Наименование	Июль 2014	Август 2014	Сентябрь 2014	Октябрь 2014	Ноябрь 2014	Декабрь 2014	Январь 2015	Февраль 2015	Март 2015	Апрель 2015	Май 2015	Июнь 2015
Количество покупателей	500	500	500	500	500	700	500	600	600	500	500	500
Средний чек	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Обороты всего	750	750	750	750	750	1 050	750	900	900	750	750	750
Выручка	113	113	113	113	113	158	113	135	135	113	113	113
2 год реализации проекта												
Наименование	Июль 2015	Август 2015	Сентябрь 2015	Октябрь 2015	Ноябрь 2015	Декабрь 2015	Январь 2016	Февраль 2016	Март 2016	Апрель 2016	Май 2016	Июнь 2016
Количество покупателей	500	500	500	500	500	700	500	600	600	500	500	500
Средний чек	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Обороты всего	750	750	750	750	750	1 050	750	900	900	750	750	750
Выручка	113	113	113	113	113	158	113	135	135	113	113	113
3 год реализации проекта												
Наименование	Июль 2016	Август 2016	Сентябрь 2016	Октябрь 2016	Ноябрь 2016	Декабрь 2016	Январь 2017	Февраль 2017	Март 2017	Апрель 2017	Май 2017	Июнь 2017
Количество покупателей	500	500	500	500	500	700	500	600	600	500	500	500
Средний чек	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Обороты всего	750	750	750	750	750	1 050	750	900	900	750	750	750
Выручка	113	113	113	113	113	158	113	135	135	113	113	113

В рамках осуществления проекта предусмотренные следующие расходы:

1 Затраты переменные: затраты на зп., соцвзносы с ФЗП.

2 Постоянные затраты: затраты на зп пост., соцвзносы с ФЗП, соцвзносы 1% свыше 300 тыс.руб, арендные платежи, реклама.

3 Административные расходы.

Рассмотрим данные статьи затрат более подробно:

1 Затраты на заработную плату:

Затраты на заработную плату разделим на постоянную и переменную часть. Лист «Персонал». Такое разделение необходимо, т.к. согласно

законодательству РФ, работодатель должен уплачивать МРОТ для улучшения уровня жизни.

Выделим отдельно заработную плату переменную. Установленный процент в ячейки С14.

Далее, в зависимости от выручки производится ежемесячные расчеты ЗП.

Переменная часть заработной платы, платится в виде премии. В законодательстве нет понятия «Переменная» часть. Размер премий и его частота не ограничена. Премия не обязанность работодателя, а право.

2 Социальные взносы с ФЗП:

Также при расчетах необходимо учитывать ставки взносов в различные страховые и пенсионные фонды, платящиеся с ФОТ. Данные ставки, являются непостоянной величиной, практически ежегодно подлежащие изменению в соответствии с изменением законодательства РФ.

Размер взносов зависит от величины заработной платы и соответственно выручки, и рассчитывается ежемесячно. Расчет произведен с НДФЛ. При оплате работникам, работодатель удерживает НДФЛ в размере 13% от ФОТ и как налоговый агент самостоятельно платит его в бюджет.

Таблица 10 – Социальные взносы с заработной платы

Вид налога	Размер налога, %
ФСС НС	0,2
ФСС	2,9
Пенсионный фонд	22,0
ФФОМС	5,1
Взносы в страхование (пенсион, социальн.) итого	30,2

Переменная часть заработной платы установлена в размере 10% от выручки и будет следующей ежемесячно.

Таблица 11 - Расчет переменной части заработной платы, тыс. руб. в месяц.

1 год реализации проекта												
Наименование	Июль 2014	Август 2014	Сентябрь 2014	Октябрь 2014	Ноябрь 2014	Декабрь 2014	Январь 2015	Февраль 2015	Март 2015	Апрель 2015	Май 2015	Июнь 2015
Выручка	113	113	113	113	113	158	113	135	135	113	113	113
Итого ФОТ	11	11	11	11	11	16	11	14	14	11	11	11
Социальные взносы с ФЗП	3	3	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3
2 год реализации проекта												
Наименование	Июль 2015	Август 2015	Сентябрь 2015	Октябрь 2015	Ноябрь 2015	Декабрь 2015	Январь 2016	Февраль 2016	Март 2016	Апрель 2016	Май 2016	Июнь 2016
Выручка	113	113	113	113	113	158	113	135	135	113	113	113
Итого ФОТ	11	11	11	11	11	16	11	14	14	11	11	11
Социальные взносы с ФЗП	3	3	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3
3 год реализации проекта												
Наименование	Июль 2016	Август 2016	Сентябрь 2016	Октябрь 2016	Ноябрь 2016	Декабрь 2016	Январь 2017	Февраль 2017	Март 2017	Апрель 2017	Май 2017	Июнь 2017
Выручка	113	113	113	113	113	158	113	135	135	113	113	113
Итого ФОТ	11	11	11	11	11	16	11	14	14	11	11	11
Социальные взносы с ФЗП	3	3	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3

### 3 Затраты постоянные на оплату труда:

Оклад установлен в размере 7000 руб. Оклад должен быть больше МРОТ, чтобы с повышением уровень жизни сотрудника.

Заработная плата должна выплачиваться не менее 2-х раз в месяц.

### 4 Социальные взносы с ФЗП:

Это тот размер взносов, которые необходимо платить в бюджет в случае официального оформления.

Таким образом, расчет постоянной части фонда заработной платы представлен в следующей таблице:

Таблица 12 – Расчет фонда заработной платы, постоянная часть, тыс.руб. в месяц.

Наименование	Оклад	Количество	ФЗП в месяц
Сотрудник сервисного центра	7	2	14,0
ИТОГО		2	14,0
Социальные взносы с ФЗП			4,2
ВСЕГО расходы на оплату труда, постоянная часть			18,2

#### 5 ИП социальные взносы за себя:

Расчеты приведены в листе «Платежи ИП»

Если бизнес зарегистрирован в виде ИП, то должны платиться социальные взносы как ИП за себя. Размер данных взносов ежегодно пересматривается и зависит от МРОТ. Платеж на 2014 год составляет 20 727,5 руб. в год. Срок уплаты до 31 декабря, можно платить различными способами.

Фиксированный платеж платится вне зависимости от выручки.

#### 6 ИП соц взносы 1% свыше 300 тыс.руб.:

Если бизнес зарегистрирован как ИП, то при превышении выручки более 300000 руб. в год, платится 1% от выручки в социальные взносы дополнительно.

При форме деятельности в виде ИП при оплате налога по УСН возможен зачет уплаченных платежей по социальным взносам не более чем на 50%. Тогда реальная ставка по УСН будет составлять 3% от выручки.

#### 7 Арендные платежи:

Расчет проводится в листе «Расходы» в зависимости от стоимости аренды за кв.м. и арендуемых площадей.

Таблица 13 – Расчет арендных платежей, тыс.руб. в месяц

Наименование	Сумма
Площадь арендуемого помещения, м <sup>2</sup>	50,0
Стоимость аренды, руб. за кв.м. в месяц	350,0
Аренда, тыс.руб. в месяц	17,5

#### 8 Реклама:

Приведем подробную расшифровку видов подаваемой рекламы.

Таблица 14 – Платежи по рекламе, тыс.руб. в месяц.

Наименование	Сумма
1	2
Контекстная реклама в интернете (реклама в Yandex, Google) по региону Кемерово по ключевым словам	5,0
Реклама в ДубльГИС	5,0
Реклама в местных печатных СМИ	4,0
Реклама в ТЦ города	2,0
Реклама в транспорте	1,5
Реклама партизанская. Скандал - повод для СМИ - развязка	2,0
Баннеры	2,0
Реклама в поликлиниках	3,0
Реклама в соцсетях (ВК, Одноклассники)	5,0
Реклама итого	29,5
Реклама в первые 3 месяца	88,5

Ежемесячный бюджет рекламы создаваемого бизнеса составляет 29,5 тыс.руб. в месяц. Затраты на рекламу в первые 3 месяца реализации проекта составляет 88,5 руб. в месяц.

9 Административные расходы:

Таблица 15 – Административные расходы, тыс.руб. в месяц.

Наименование	Сумма
1	2
Бухгалтерское сопровождение	2,0
Телефоны, почта, коммуникации	0,9
Интернет	0,4
1	2
Транспорт	1,0
Канцтовары	0,5
Командировочные	1,0
Расчетно-кассовое обслуживание	1,2
Коммунальные расходы	4,0
Вода на заказ	0,4
Прочее	1,1
Административные расходы итого	12,5

Так, исходя из выше приведенных исходных данных, рассчитывается движение денежных средств (ДДС) проекта.

На основе движения денежных средств по инвестиционной и операционной деятельности проекта определим необходимые финансовые средства для реализации проекта.

Таблица 16 – Расчет потребности в финансировании, ежемесячно, тыс. руб.

Наименование	Июль 2015	Август 2015	Сентябрь 2015	Сумма
Инвестиционная деятельность	-156,3	0,0	0,0	-156,3
Открытие предприятия	-3,3			-3,3
Мебель	-23,0			-23
Оборудование	-15,0			-15
Создание сайта	-115,0			-115
Операционная деятельность	-29,8	-38,9	-44,1	-112,7
Выручка	112,5	112,5	112,5	337,5
Затраты переменные				
Затраты на зп	-11,3	-11,3	-11,3	-33,8
Соц взносы с ФЗП	-3,4	-3,4	-3,4	-10,2
Постоянные затраты				
Затраты на зп пост	-7,0	-14,0	-14,0	-35,0
Соц взносы с ФЗП	-2,1	-4,2	-4,2	-10,6
ИП соц взносы за себя			-5,2	-5,2
Арендные платежи	-17,5	-17,5	-17,5	-52,5
Реклама	-88,5	-88,5	-88,5	-265,5
Административные расходы	-12,5	-12,5	-12,5	-37,5
Потребность в финансировании	-186,1	-38,9	-44,1	-269,0
Потребность в финансировании накопительно	-186,1	-224,9	-269,0	

В итоге для запуска проекта необходимо финансирование в размере – 269 тыс. руб.

Для реализации проекта используется собственный и заемный капитал. Заемный капитал привлекается в размере 70% от необходимого размере финансирования. Реализуемый проект является высокорисковым с точки зрения финансово-кредитных учреждений, и получение заемного финансирования возможно лишь при предоставлении соответствующего залога и высокой доли собственного финансирования в проект.

Расчет финансирования проекта приводится в листе «Финансирование».

Возможно задание следующих исходных параметров: процент собственного капитала, стоимость заемного капитала, процентов годовых, срок возврата кредита, месяцы

Исходя из этих данных, производится автоматический расчет финансовой деятельности проекта в листе «ДДС».

Планируемая структура финансирования следующая:

Таблица 17 – Структура финансирования, в процентах от размера капитала

Наименование	процент от объема финансирования	Сумма финансирования, тыс.руб.
Заемный капитал	70,0	188,3
Собственный капитал	30,0	80,7
ИТОГО		269,0

Параметры заемного финансирования следующие:

- Стоимость заемного капитала, процентов годовых – 18,0%
- Срок возврата кредита, месяцы – 24
- Отсрочка первого платежа по оплате процентов, месяцы с момента реализации проекта – 3
- Отсрочка первого платежа по возврату основного долга, месяцы с момента реализации проекта – 3
- Срок возврата кредита, месяцы с начала реализации проекта – 27
- Сумма начисленных и уплаченных процентов, тыс. руб. – 39
- Выплата процентов ежемесячно
- Выплата основного долга ежемесячно
- Платежи дифференцированные

Расчет реверсии (поступления в постпрогнозный срок)

Предполагается, что инвестор будет получать доход от созданного бизнеса достаточно долгое время. Для оценки будущих получаемых потоков денежных средств в постпрогнозный срок применяется метод расчета реверсии (стоимости перепродажи).

Для оценки потока доходов от реверсии (продажи объекта), которые владелец теоретически получит по окончании срока владения Проектом, используем метод прямой капитализации для конвертации чистого дохода, приносимого Проектом на последнем году эксплуатации, в индикатор будущей стоимости объекта. Эта операция производится путем деления чистого операционного дохода (ЧОД) года, следующего за моментом предполагаемой продажи, на конечную ставку капитализации.

Определим стоимость Проекта в постпрогнозный срок исходя из вероятной продажи бизнеса после 3 лет реализации бизнеса.

Ставкой капитализации называется любая ставка, используемая для превращения оцененного дохода в оцененную рыночную стоимость, то есть это ставка, показывающая отношение чистого операционного дохода к рыночной стоимости. Ставка капитализации, получаемая в момент покупки бизнеса (отношение чистой текущей стоимости первого года реализации проекта к цене покупки) может считаться разницей между чистой ставкой приведения, требуемой инвестором, и ожидаемым изменением в уровне доходов на протяжении экономической жизни проекта.

По причине долгой экономической жизни проекта приносимые ими доходы могут считаться бесконечными, т.е. обычно ожидается, что рыночная стоимость нового бизнеса со временем увеличится, а не снизится. Ставка капитализации рассчитывается как ставка приведения, уменьшенная на величину среднегодового роста дохода бизнеса. Для данного проекта мы посчитали приемлемой величиной ставки капитализации равной ставке приведения – 25% без учета среднегодового роста аренды.

Расходы по продаже.

Предполагая продажу Проекта, оценим примерные издержки по продаже бизнеса в размере 10%. Данные издержки включают затраты на маркетинг, стоимость юридических и агентских услуг, затраты на регистрацию.

Дополнительный поток денежных средств от продажи объекта.

Для получения размера денежного потока от продажи объекта ЧОД делится на ставку капитализации. Результат уменьшается на расходы по продаже и величину налога на прибыль и НДС. Расчет приведен в листе «Расчет реверсии»

Таким образом, планируемая сумма денежного потока в постпрогнозный срок реализации проекта составит 597 тыс. руб. Данная сумма участвует в расчете показателей эффективности проекта в виде поступления по операционной деятельности от продажи (реверсии) в строке «Выручка» в последний месяц реализации проекта.

Расчет эффективности инвестиций в проект.

Срок окупаемости создаваемого реализуемого проекта составляет 17 месяцев. Расчет проводится в финансовой модели, разработанной в MS Excel, по строке «Накопленный денежный поток» листа «ДДС». Накопленный поток денежных средств становится положительным в 18 месяце реализации проекта, т.е. размер денежного потока становится больше чем потрачено денежных средств на запуск проекта.

Дисконтируемый срок окупаемости реализуемого проекта составит 19 месяцев. Расчет проводится в финансовой модели, разработанной в MS Excel, по строке «Накопленный приведенный денежный поток» листа «ДДС». Накопленный приведенный поток денежных средств становится положительным в 20 месяце реализации проекта, т.е. размер приведенного денежного потока становится больше чем потрачено приведенных денежных средств на запуск проекта.

Расчет показателя NPV реализуемого проекта приводится в приложенной финансовой модели в программе MS Excel. Так расчет NPV показывает строка «Накопленный приведенный денежный поток», который суммирует приведенные денежные потоки проекта, т.е. выполняет действия, приведенные в формуле (5). Таким образом, NPV проекта будет равен 476 руб.

Показатель внутренней нормы рентабельности рассчитывается в программе MS Excel с применением специальной формулы ВСД () в листе

«ДДС». Программа, исходя из потоков денежных средств проекта по месяцам определяет месячное значение IRR. Так, рассчитанное годовое значение IRR для реализуемого проекта будет равен 88,2%

Основные показатели эффективности проекта представлены в листе «Показатели эффективности».

Таблица 18 – Показатели эффективности проекта

Показатель	Значение
Ставка приведения (месячная), %	2,08
Ставка приведения (годовая), %	25,00
Чистый приведенный доход, NPV, тыс.руб.	476,0
Внутренняя норма рентабельности, IRR, месячная, %	7,4
Внутренняя норма рентабельности, IRR, годовая, %	88,2
Коэффициент прибыльности (PI)	5,39
Средняя норма рентабельности (ARR), годовая, %	467
Срок окупаемости, мес	17
Приведенный срок окупаемости, мес	19
Необходимые инвестиции, тыс. руб.	-269,0

Точка безубыточности.

Проведем анализ чувствительности проекта, определив точку безубыточности проекта.

Точка безубыточности определяет, каким должен быть объем продаж для того, чтобы предприятие работало безубыточно, могло покрыть все свои расходы, не получая прибыли.

Определим точку безубыточности вновь создаваемого предприятия

Постоянные затраты в месяц – 79.5 тыс.руб.

Доля переменных затрат в выручке – 0,13

Маржинальная прибыль, доля в выручке – 0,87

Точку безубыточности определяется отношение постоянных затрат в месяц на маржинальную прибыль на единицу стоимости выручки. Минимальный размер выручки для компании =  $79.5 / 0,87 = 91.3$  тыс. руб. в месяц.

Расчет произведен в листе «Расчет точки безубыточности». Результаты расчетов представим графически:

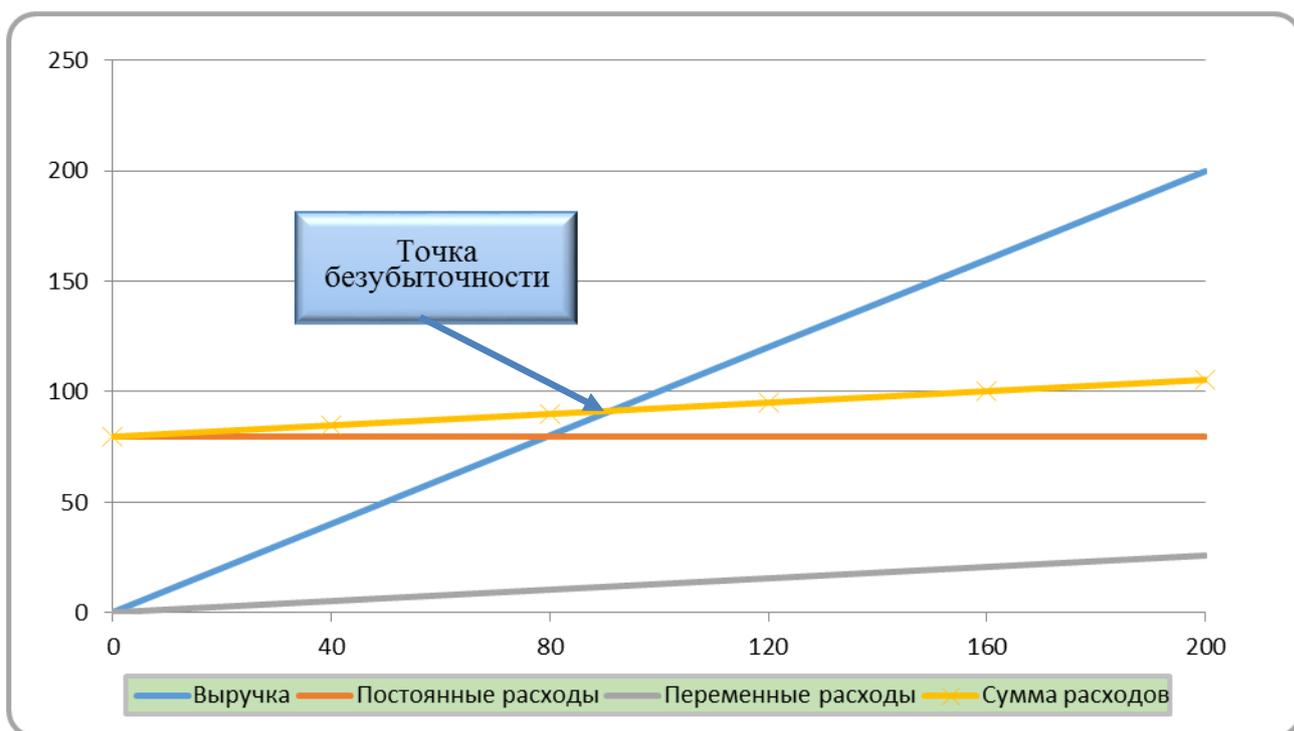


Рисунок 2 – Расчет точки безубыточности