



Открытие сети фотокабинок в г. Иваново

Выполнили:
Жандарова А.В
Басистая А.Н

Проверила:
Тарасова А.С.

Иваново 2009 г.

Содержание

Резюме проекта	3
Анализ положения дел в отрасли	7
Торговый план	9
План маркетинга	12
Организационный план	19
Оценка риска	21
Финансовый план	22
Кассовый план	29

Резюме

Цель проекта – открытие сети фотокабинок в городе Иваново.

Результатом настоящего проекта является установка автономных кабинок в городе Иваново и их продвижение.

Фотокабина предназначена для изготовления:

- фотографий на документы (ч/б и цветных)
- фотографий «рассмеши себя сам» (4 последовательные фото)
- развлекательных фото-коллажей для открыток (более 100 вариантов)

Общее количество кабинок в городе – 4

Цена одной кабины: 155 000 руб

Себестоимость продукции – 4 руб.

Предполагаемая цена услуги для потребителя – 100 руб.

Среднее количество потребителей – 9-13 человек в день
(в расчёте на одну кабинку)

Предполагаемые места установки фотокабин:

ТРЦ «Серебряный город»

ТРЦ «Тополь»

Ночной клуб «Бомба»

Ночной клуб «515»

Основные характеристики фотокабины:

Технические:

Габаритные размеры, мм: 1600x900x2100

Масса, кг: 200

Питание, В / Гц: 220 / 50

Потребляемая мощность, Вт: 500

Время изготовления фотографии, с: 60

Корпус кабины изготовлен из металлических конструкций.

За вандало-защищенной дверью находится основное оборудование: фотокамера, 1 системный блок, 1 фотопринтер, чековый принтер, 1 купюроприемник, 1 сенсорная панель, 1 ЖК-монитор, 1 модем, источник бесперебойного питания, звуковой модуль.

Функциональные:

Процесс фотографирования занимает у клиента около 3-4 минут. Программа содержит основные пункты меню: фото на документы, развлекательное фото. Интерфейс программы интуитивно понятен и работает в диалоговом режиме.

Управление ведется с помощью сенсорного экрана, на котором расположены кнопки. Перед каждым действием клиент прослушивает звуковую подсказку, т.е. фотокабина своей голосовой поддержкой объясняет клиенту, куда нужно нажать, чтобы произвести то или иное действие. Оплата услуги производится с помощью купюроприемника, что позволяет фотокабине работать в автономном режиме.

Привлекательные черты этого бизнеса:

1. Высокая рентабельность

Себестоимость снимка – 4 рубля, стоимость услуги -100 рублей.

2. Малые трудозатраты

Кабина работает автономно (с возможностью отслеживания её работоспособности через сервер статистики), обслуживание производится 3-5 раз в неделю.

3. Широкая целевая аудитория.

4. Новизна проекта.

5. Варьируемые капиталовложения.

6. Защита от вандализма.

7. Востребованность и всесезонность.

Конкурентные преимущества:

1. Компактность (170 см x 70 см), > гибкость установки
низкая арендная плата
небольшое потребление энергии

2. Удобство для потребителя > он видит себя на экране
может выбирать из

нескольких вариантов

аудио-подсказки

3. Конфиденциальность > большой комфорт
без посредников

Общая стоимость инвестиционных затрат составляет 700 000 тыс. рублей и включает в себя приобретение готового бизнеса – кабинок для фото, доставку из Москвы, а так же затраты на маркетинговые мероприятия.

Финансирование проекта предполагается за счет собственных средств инициаторов проекта и привлечение кредитных ресурсов.

На нашем предприятии будут работать 2 человека. Собственный капитал составляет 100 000 рублей, заемный капитал 600 000 рублей (кредит в банке на 24 месяца под 21% годовых).

В целом нужно отметить, что данный проект обладает большой инвестиционной привлекательностью.

Чистый дисконтированный доход проекта равен

3 187 755 руб

Внутренняя норма доходности составляет

1,2 рубля на 1 рубль инвестиций

Точка безубыточности

1 136 500 руб

Анализ положения дел в отрасли

Текущее состояние дел в отрасли:

Фотография на документы была и будет востребована на рынке. Потому что она больше зависит от законодательства, чем от желания и потребностей клиента. Пока существуют все официальные заведения, да и само человечество в целом, людям нужны будут фотографии на паспорт, в личное дело, для поступления в вуз, на водительские права и так далее. Поэтому, хочешь/не хочешь, сделать это нужно. Практически любое изменение в жизни человека (например, переход на новую работу) сопровождается фотографиями, при том, что возраст практически не привязан к чему либо и сегмент данной услуги очень широк. К тому же, если учесть, что по официальной статистике постоянное население города Иванова составляет 800 тысяч человек, то можно сделать вывод, что такой бизнес весьма перспективен.

Если же рассмотреть фото-бизнес в ночных клубах нашего города, то на данный момент такого там просто напросто нет. Это новое и довольно интересное направление фото-бизнеса, предложенное нами. В основном, конечно же, это нацелено на услугу «развлекательного фото», чем на документы. Молодежь тратит приличные деньги на вход в клубы, на развлечения и горячительные напитки. И существует большая вероятность того, что не поспеет запечатлеть моменты своего веселья с лучшим другом или подругой, к тому же и с эффектом «палароида». Быть может кому-то уже приходило подобное желание, только реализовать его на месте было негде.

Тенденция:

Как это видно со стороны, рынок «фотографии на документы» поделён, но неустойчив. Самая большая часть пирога по доле рынка принадлежит «Экспресс фото» на площади Революции.

В основном потому, что их больше всего слышно и видно из всех конкурентов, занимающихся данным бизнесом. По нашим собственным наблюдениям, сейчас оно живёт больше за счёт сарафанного радио и практически за отсутствием достойных конкурентов.

Средняя цена за услугу по городу – 60 руб. Немного ниже, чем в фотокабинке, в связи с этим клиент жертвует:

- временем (в большинстве случаев клиента просят «прийти завтра»)
- нервами (посреднику сложно объяснить, как вы хотите выглядеть на своей фотографии, очереди и никакой конфиденциальности)

Конкуренты:

Основная масса подобных услуг предоставляется фотолабораториями, которые не специализируются конкретно на «фото на документы», например, дополнительно занимаются печатью фотографий, ретушью старых фотокарточек и коллажами для календарей. В основном это отдельные фотосалоны, до которых нужно специально добираться. Их особое сосредоточение наблюдается в центральной части города. Улицах Громобоя, Багаева, Революции.

Торговый план

Этапы реализации проекта:

- Регистрация юридического лица
- Получение кредита в банке.
- Заключение договора на съём помещения в ТРЦ «Тополь»
- Заключение договора на съём помещения в ТРЦ «Серебряный город»
- Заключение договора на съём помещения в РЦ «515»
- Заключение договора на съём помещения в РЦ «Бомба»
- Выбор оптимальных поставщиков и обсуждение с ними будущих заказов
- Заказ оборудования
- Доставка оборудования
- Установка оборудования

1. Прежде всего для дальнейшей деятельности нам нужно зарегистрировать юридическое лицо в налоговых органах города Иванова.

2. Получение кредита в банке.

Жандарова Алёна Викторовна:

Доля в уставном капитале 50% (50 000 рублей)

Басистая Анна Николаевна:

Доля в уставном капитале 50% (50 000 рублей)

Для получения кредита в банках юридическое лицо должно предоставить определенные документы.

Нам требуется взять кредит на сумму 520 000.

В данном случае средняя ставка годовых будет составлять 20-21%. В качестве залога мы предоставляем наше оборудование (4 фотокабинки). Поэтому денежные риски в данном случае -минимальны.

3. Заключение договора на съём помещения в ТРЦ «Тополь», ТРЦ «Серебряный город», РЦ «515», РЦ «Бомба».

Нам была предоставлена информация об аренде. Стоимость 1 кв.м в месяц в основном везде составляет 2 000 рублей. Итого, из расчёта, что ежемесячно мы будем выплачивать сумму за аренду помещения в размере 4 000 рублей/кабинка, общая сумма будет составлять 16 000 рублей. При заключении договора определяются обязанности сторон и их права. Т.к. мы снимаем данные площади, торговые и развлекательные центры со своей стороны гарантируют безопасность. Так что ООО «Евро фото» не требуется вкладывать свои средства в покупку оборудования: сигнализации и детекторов дыма.

4. Выбор оптимальных поставщиков и обсуждение с ними будущих заказов.

Казалось бы, при всей своей уникальности бизнеса, существует довольно много поставщиков данной продукции. Мы же остановились на московском поставщике, компании «Евро фото», который предоставляет оптимальное соотношение цена-качество.

А так же готово предоставить обучение нашего техника тонкостям ремесла.

В их офисе квалифицированные специалисты вплоть до деталей готовы показать из чего состоит фотокабина, её возможности, ответить на любые интересующие нас вопросы, дать некоторые

советы по ведению бизнеса и вопросу закупки дополнительных фототоваров (фотобумаге и картриджами для принтера).

Так же они готовы дать своего специалиста для сборки оборудования в нашем городе.

Компания предоставляет первичный комплект дополнительных ресурсов (бумага и картриджи) в подарок.

В последующем наша фирма планирует покупать их на местных торговых точках.

5. Заказ оборудования

По заверениям поставщика, всё оборудование будет изготовлено за 2 недели. Так же они предоставляют возможность нашего дизайнера внешнего корпуса кабинки.

6. Доставка оборудования.

Далее компания-поставщик предоставляет нам кабины в разобранном виде, поэтому мы вполне сможем их уместить всё оборудование в одну удлиненную газель. Её услуги составляют 5 000 рублей из Москвы в Иваново.

7. Установка оборудования.

Так как проект – бюджетный, установку мы осуществляем своими силами с помощью московского техника.

План маркетинга

Основными фотолабораториями города, предоставляющие услуги «фотографий на документы», являются:

Фотолаборатория на ул.10 августа

Фотолаборатория на пл. Ленина

Фотолаборатория на ул. Ермака

Фотолаборатория на ул. Багаева

По прогнозам, основным конкурентом нашей компании является «Экспресс фото» на ул.10 августа (по уровню цены и известности бренда). Цена на данную услугу там меньше почти в 2 раза. Тем не менее она славится своими нескончаемыми очередями и не прямой доступностью для потребителя (чтобы добраться нужно перейти дорогу и подняться на 3-ий этаж).

Что касается клубов, то мы считаем, что это будет достаточно новой и оригинальной идеей. Побуждением воспользоваться нашими кабинками в большей степени может заключаться в эксперименте, в желании попробовать что-нибудь необычное клиентом, тем более, что обстановка более, чем располагает. Расслабленная атмосфера и друзья под рукой, веселье, да и только. Поэтому, в клубах, мы разве что будем конкурировать с местным баром за право обладать деньгами в кошельке потребителя.

Несколько слов о будущем местоположении наших кабинок.

1. «Серебряный город»

Главным преимуществом ТРЦ «Серебряный город» является его местонахождение. Комплекс расположен между пр.Ф.Энгельса и ул.Ленина, в непосредственной близости от центра города.

По проведённым ранее независимым исследованиям, выяснилось, что потребитель предпочитает совершать покупки в «Серебряном городе». Причиной этого является масштаб данного комплекса. Здание большое, в нем есть действительно все, что нужно для жизни и отдыха. Ведь там и продуктовый супермаркет, и супермаркет парфюмерии и косметики, и бытовая техника, спортивные магазины, бутики модной одежды, книжный и т.г. следовательно, посетители могут находиться там находиться значительный промежуток времени. Кроме того, нельзя не учитывать персонала самого торгового центра. Которого там тоже не мало. И который может помочь нашей компании в распространении информации о нашей кабине методом «сарафанного радио».

Планируемое место для нашей кабинки – первый этаж торгового комплекса. Какое-нибудь тихое, но довольно проходимое место. Чтобы покупатель не стеснялся проходящих мимо людей (хоть в кабине и предусмотрена шторка). Это может быть, например, район эскалатора около магазина Рив Гош.

2. «Тополь»

Комплекс «Тополь» находится по центральной магистрали г. Иваново на ул. Лежневская – в месте пересечения основных транспортных путей города. Выгодное расположение

обеспечивает движение во всех направлениях, удобная подъездная развязка, легкая транспортная доступность как общественным, так и личным транспортом. Комплекс находится в зоне планируемой многоэтажной жилой и общественной застройки. Потенциальные покупатели комплекса – это жители областного центра, Ивановской области и гости региона. В зоне 15-минутной шаговой доступности комплекса проживает 32 000 жителей, транспортной доступности более 250 000 жителей.

Посещаемость комплекса «Тополь» в будние дни составляет около 10 тыс. человек, в выходные и праздничные дни от 15 до 17 тысяч человек.

Мы предполагаем поставить кабинку там на первом этаже, или непосредственно в многофункциональном центре на верхнем этаже «Тополя». Напомним, что недавно было открытие этого центра, который оказывает около 80 различных услуг (регистрация прав собственности, выделение земельных участков, госучет и регистрация недвижимости, получение разрешений на строительство и ввод объектов в эксплуатацию, выдача справок департамента социальной защиты населения, комитета по труду, содействию занятости населения и трудовой миграции и многие другие услуги).

Но всё-таки наша компания склоняется к месту на нижнем этаже торгового центра, тогда будут задействованы посетители МФЦ, покупатели самого торгового центра и, быть может, даже посетители самого посещаемого кафе «Макдональдс».

3. «515 Oblico Morale»

Развлекательный центр «Oblico Morale» – яркая звезда ивановской ночи. Войдя в помещение клуба, гости попадают в уютный интерьер, где их встречают приветливый персонал и

располагающая атмосфера, создающие все условия для идеального отдыха, делового и дружеского общения.

В рамках полюбившегося проекта постоянно проходят яркие вечеринки, собирающие исключительных людей, готовых отдаться во власть настоящего праздника. В итоге – торжество, полное приятных сюрпризов, проверенная музыка – любимые хиты 80 и 90.

Периодичность и постоянство данных вечеринок обеспечивает достаточно большую проходимость клуба.

Поэтому, мы планируем установить кабинку в видном, но достаточно изолированном месте, чтобы можно было слышать аудио-подсказки. Например, около кальянной комнаты.

4. «Бомба»

Так же довольно известный и посещаемый в Иванове клуб.

Известен наличием своего боулинга, бильярда и своими развлекательными мероприятиями. Если говорить о месте, где будет стоять кабинка, то это скорей всего верхний этаж, рядом с танцполом.

Определим значение переменной прогноза сбыта:

Оптимистический прогноз (О) рассчитывается таким образом:

$$\text{Фото} = 15 \text{ человек} * 30 \text{ дней} * 4 \text{ каб} = 1800 \text{ человек/месяц}$$

Наиболее вероятный прогноз (В):

$$\text{Фото} = 12 * 30 * 4 = 1440 \text{ человек/месяц}$$

Пессимистическая оценка прогноза сбыта (П):

$$\text{Фото} = 9 * 30 * 4 = 1080 \text{ человек/месяц}$$

Теперь можно рассчитать ожидаемое значение прогноза сбыта (ПС) по формуле:

$$ПС = \frac{O + 4B + П}{6} = \frac{1800 + 4 \cdot 1440 + 1080}{6} = 1440 \text{ человек/месяц}$$

Стандартное отклонение (СО) определяется по формуле:

$$СО = \frac{O - П}{6} = \frac{1800 - 1080}{6} = 120 \text{ человек/месяц}$$

Следовательно, вероятное значение переменной прогноза сбыта (вероятность 95%) будет находиться в пределах:

$$ПС + / - СО: (1440 + / - 120) \text{ человек/месяц.}$$

Рынок состоит из множества типов потребителей с разными запросами. Люди разного возраста, разного уровня доходов, разных знаний придерживаются разных традиций, ценят в товаре различные качества.

Сегмент рынка – это потребители, одинаково реагирующие на те или иные достоинства товара.

Сегментирование рынка – это процесс разбивки потребителей на группы по какому-либо актуальному для покупки товара признаку (возрасту, полу, общественному положению и т.д.).

В нашем случае сегмент слишком широк, чтобы его определять конкретно. Он не разделяется не по возрасту, не по полу, не по социальному положению. Можно сказать лишь то, что склонным к консерватизму людям будет трудно приспособиться к данной услуге, сколько бы им не объясняли, что в пользовании кабиной нет ничего сложного.

В ночных клубах это конечно же молодые люди, любящие вечеринки и громкий образ жизни.

Чтобы лучше понять и проанализировать наш бизнес изнутри, проведём SWOT-анализ:

Сильные стороны

1. Новизна проекта, оригинальность идеи
2. Широкая целевая аудитория
3. Мгновенная печать
4. Автономность работы (малые трудозатраты)
5. Удобство пользования и конфиденциальность
6. Варьируемые капиталовложения
7. Востребованность и всесезонность

Слабые стороны

1. Новизна проекта (возможное недоверие покупателей)
2. Цена (100 рублей за услугу)

Возможности

1. Завоевание известности своей услуги
2. С увеличением товарооборота возможно увеличение количества кабинок, без привлечения кредита.

Угрозы

1. Открытие аналогичного бизнеса
2. Вандализм
3. Отсутствие достаточного количества клиентов

ООО «Евро фото» будет заниматься предоставлением фотоуслуг. В условиях современного рынка с ростом числа конкурирующих фотосалонов существенно возрастает роль и значение маркетинговых подходов в продвижении товаров на рынке.

В связи с этим разработаны предложения по проведению работ в области маркетинговых мероприятий и по стимулированию сбыта:

- ✓ Политика обслуживания.
- ✓ Система скидок: посезонные и после сезона.
- ✓ Создание фирменного стиля.

Чтобы научить потребителей не бояться новых технологий, наша компания планирует на время самим стоять у кабинок и помогать потребителям понять что это за кабинка и какие у неё возможности.

Первоначально планируется использовать минимально необходимый объем действий, тем не менее, их реализация потребует значительных затрат и времени, поэтому необходимо выбрать те мероприятия, которые наиболее необходимы, и начать с их реализации. Самым важным мероприятием будет, конечно же, реклама.

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

- ✓ рекламы;
- ✓ стимулирование сбыта;
- ✓ пропаганды;
- ✓ личной продажи

Наиболее эффективным средством для данного вида бизнеса, является «сарафанное радио», но для того, чтобы этот метод заработал, нужно не мало потрудиться, ведь люди должны узнать хотя бы о возможности подобной услуги. Поэтому в первую очередь в торговых центрах мы планируем использовать небольшие баннеры (метр на метр) со стрелками, рекламу на местном рекламном радио в «Серебряном городе», увеличивая её количество в выходные дни.

В ночных клубах можно использовать всевозможные креативные флаеры, раздаваемые в барах и гардеробах.

Планируется потратить около 10 000 рублей в первый месяц, постепенно снижая эту цифру.

Организационный план

Правовым статусом нашей фирмы является «Общество с ограниченной ответственностью».

Форма собственности – частная.

Общество с ограниченной ответственностью – это форма объединения отдельных капиталов в общий фонд. Уставный капитал общества разделен на доли в соответствии с учредительными документами. Участники общества не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов. Участники общества обладают количеством голосов пропорционально размеру их доли в уставном капитале.

Высшим органом общества с ограниченной ответственностью является общее собрание его участников.

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

Согласно статье 91 ГК РФ, к исключительной компетенции общего собрания участников общества с ограниченной ответственностью относятся:

- ✓ изменение устава общества, изменение размера его уставного капитала;
- ✓ образование исполнительных органов общества и досрочное прекращение их полномочий;
- ✓ утверждение годовых отчетов и бухгалтерских балансов общества и распределение его прибылей и убытков;
- ✓ решение о реорганизации или ликвидации общества;
- ✓ избрание ревизионной комиссии (ревизора) общества.

Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью определяется в соответствии со статьей 90 ГК РФ.

Учредители фирмы имеют в равной мере взаимозаменяемые полномочия. То есть каждый без труда может выполнять обязанности другого. Ведь вся прелесть бюджетного проекта – в простоте.

Общая численность персонала – 2 человек:

Техник

Основными обязанностями являются :

- слежение за состоянием фотокабин
- слежение за остатком фотобумаги и картриджей в них
- их своевременная закупка и замена.

Бухгалтер-аналитик

Он осуществляет учет поступающих денежных средств, товарно-материальных ценностей, основных средств и своевременное отражение на соответствующих бухгалтерских счетах операций, связанных с их движением, а также учет издержек производства и обращения, исполнение смет расходов. Производит учёт прибыли и убытков.

Все сведения о продажах поступают ему через сервер, то есть он может видеть процесс, не выходя из дома.

Он руководит в соответствии с действующим законодательством финансово-экономической деятельностью предприятия, неся всю полноту ответственности за последствия принимаемых решений, сохранность и эффективное использование имущества предприятия, а также финансово-хозяйственные результаты его деятельности.

Обеспечивает выполнение предприятием всех обязательств перед федеральным, региональным и местным бюджетами, государственными внебюджетными социальными фондами, поставщиками.

График работы: свободный, гибкий.

Оценка риска

В предпринимательской деятельности всегда существует опасность того, что цели, поставленные в плане, могут быть полностью или частично не достигнуты.

Возможные риски и источники их возникновения

Коммерческие риски:

- риск, связанный с реализацией товара
- риск, связанный с перевозкой грузов, или транспортный
- риск, связанный с вандализмом

Законодательные:

- изменение системы налогообложения в РФ
- увеличение налоговых ставок

Источники возникновения рисков:

- недостаточная информация о спросе на данный товар
- недостаточный анализ рынка
- недооценка своих конкурентов

Финансовый план

Собственный капитал составляет 100 000 рублей, заемный капитал 600 000 рублей (кредит в банке на 24 месяца под 21% годовых).

Ставка рефинансирования 12%.

Ставка дисконта 19%.

Ставка единого социального налога на каждого работника составляет 26% (в компании работают 2 человека).

Наше предприятие выплачивает ЕНВД.

ЕНВД заменяет уплату ряда налогов и сборов, существенно сокращает и упрощает контакты с фискальными службами, подобные контакты наиболее затратны для малого бизнеса.

По таблице «Кассовый план» в Приложении видно, что первый квартал для кабинок будет пессимистическим.

Подробнее: первые три месяца ожидается пессимистический уровень спроса в соответствии с расчетами ожидаемого прогноза сбыта, равный 108 000 рублей. В четвертом месяце средний уровень, которому соответствует значение 120 000 рублей. Начиная с шестого месяца уровень спроса возрастает и достигает постоянной прогнозной величины в 132 000 рублей (естественно в будущем предполагается ее дальнейший рост).

Чистый дисконтированный доход, или чистая приведенная стоимость проекта является важнейшим критерием, по которому судят о целесообразности инвестирования в данный проект. Для определения NPV необходимо спрогнозировать величину финансовых потоков проекта. Норму дисконта примем равной 19%, учитывая инфляцию, ставку рефинансирования и годовой процент по кредиту. Чистая приведенная стоимость определяется по формуле:

$$NPV = \sum_{T_{кв1}}^{T_{жс}} \left(\frac{\Pi_t}{(1 + R)^t} \right) - \sum_{t=0}^{T_{кв}-1} \left(\frac{K_t}{(1 + R)^t} \right).$$

$$NPV = 3\,187\,755 \text{ руб.}$$

Очень высокий показатель ЧДД, из этого можно сделать следующий вывод: предприятие ООО «Евро фото» выгодное.

Внутренняя норма доходности проекта:

$$IRR = R_{\min} + \frac{NPV_{R_{\min}}}{NPV_{R_{\min}} - NPV_{R_{\max}}} \cdot (R_{\max} - R_{\min})$$

$R_{\max} = 24\%$ (предполагаемая отдача инвестиций)

$R_{\min} = 19\%$

$NPV_{\max} = -700\,000 + 4\,626\,428 \cdot (1 / 1 + 0,24) = 3\,030\,990$ руб.

$IRR = 0,19 + (3\,187\,755 / (3\,187\,755 - 3\,030\,990)) \cdot (0,24 - 0,19) = 1,206735$

Инвестиционный проект обещает ВВД = 1,2 или 120%, или 1,2 рубля на 1 рубль инвестиций.

Индекс доходности:

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^{T_{\text{жс}}} \left(\frac{\Pi_t}{(1+R)^t} \right)}{\sum_{t=0}^{T_{\text{кв}}-1} \left(\frac{K_t}{(1+R)^t} \right)};$$

$PI = (4\,626\,428 \cdot (1 / 1 + 0,19)) / 700\,000 = 7,864928$

$PI > 1$, а это значит, что сумма результатов по проекту больше, чем сумма вложенных средств, следовательно, проект является очень выгодным.

Полный расчет анализа безубыточности бизнеса приведен в таблице.

Величина покрытия = Чистая прибыль + постоянные издержки.

Коэффициент покрытия (валовая маржа) – это соотношение между переменными издержками и товарооборотом.

Коэффициент покрытия = $\frac{\text{величина покрытия}}{\text{товарооборот}} * 100\%$.

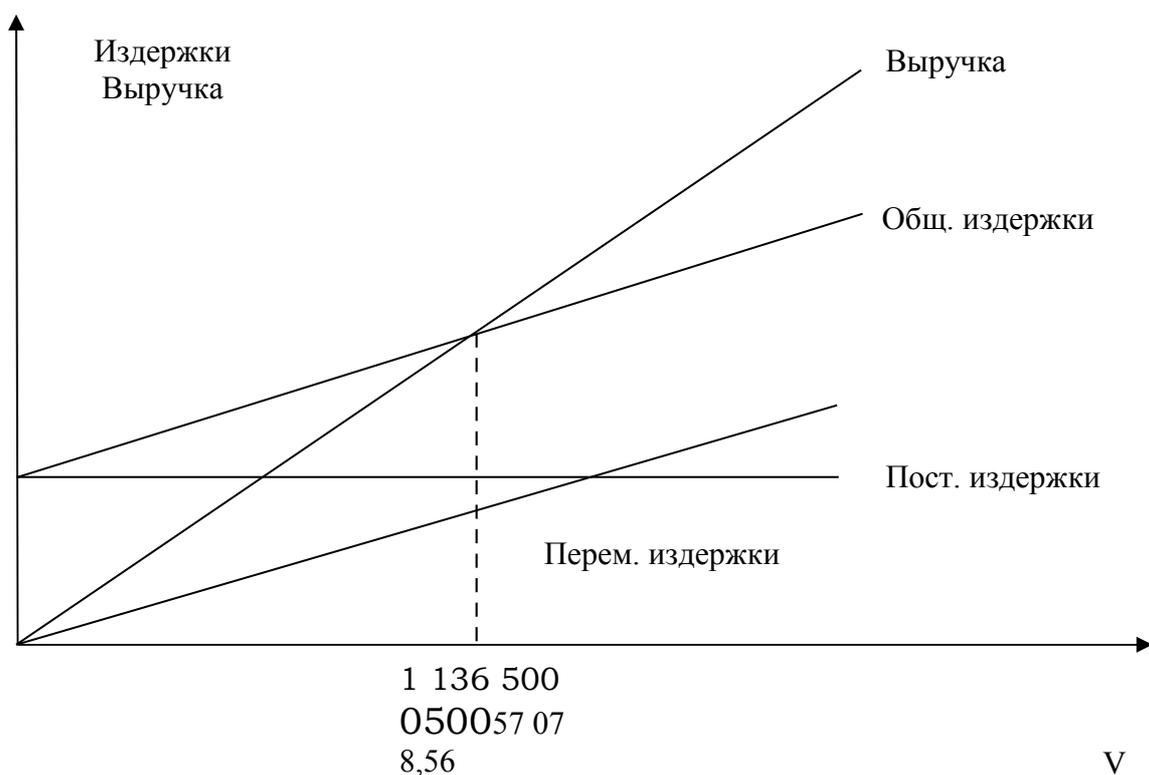
Рассчитаем точку безубыточности.

ТБ = Пост. изд/(цена – Пер. изд на единицу)

ТБ = 1 091 044/(100-4) = 11 365 шт.

ТБ = 11 365шт * 100рублей = 1 136 500 рублей

Показатель	Значение
Товарооборот, руб	1 704 000
Величина покрытия, руб	1 539 170
Постоянные издержки, руб	1 091 044
Переменные издержки, руб	749 600
Коэффициент покрытия, %	90



Реализация бизнес-плана на предприятии

План-график выполнения основных этапов работ

Этап	Суть этапа	Период времени
1	Регистрация юридического лица	20.11.09-31.12.09
2	Получение кредита в банке.	01.12.09-15.12.09
3	Заключение договора на съем помещения в ТРЦ «Тополь» И ТРЦ «Серебряный город»	10.12.09-15.12.09
4	Заключение договора на съем помещения в РЦ «515» и РЦ «Бомба»	13.12.09-18.12.09
5	Выбор оптимальных поставщиков и обсуждение с ними будущих	01.12.09-05.12.09

	заказов	
6	Заказ оборудования	05.12.09- 05.12.09
7	Доставка оборудования	20.12.09- 20.12.09
8	Установка оборудования	21.12.09

В данной работе проведен анализ основных разделов бизнес-плана, разработан бизнес-план предприятия по предоставлению фото услуг. Бизнес - план содержит программу деятельности фирмы, включающую основные цели, задачи, стратегию, тактику и бюджет. Был проведен анализ локального рынка, дано подробное описание. При анализе структуры управления была рекомендована наиболее оптимальная структура управления компанией, ориентированная на реализацию поставленных руководством целей. Был проведен анализ рисков данного проекта. В рамках финансовой части бизнес-плана были проанализированы финансовые коэффициенты предприятия. Было выяснено, что в целом реализация проекта экономически целесообразна и предприятие будет способно своевременно погасить кредит за счет средств из прибыли.

Главной целью создаваемого предприятия является проникновение на рынок и узнаваемость. В целом можно сказать, что данный проект обладает инвестиционной привлекательностью, так как предполагается, что из года в год фирма будет расширяться, увеличивать количество точек, а значит и увеличивать объемы продаж и прибыли, что является главным для инвестора. Данный проект хорош тем, что в отличие от конкурентов фирма отличается уникальностью и

комфортностью идеи. Настоящий проект является еще и выгодным, так как объем затрат данной фирмы небольшой и сумма результатов по проекту больше, чем сумма вложенных средств.

P.S. Содержащаяся в бизнес-плане информация конфиденциальна, используется исключительно в интересах фирмы, представившей проект.

Кассовый план

Показатели	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	ИТОГО
1. Денежные средства в наличии на начало периода	700 000	106 327	139 216	175 667	223 681	271 258	330 397	401 098	483 362	577 189	682 578	787 529	700 000
2. Денежные поступления – выручка от реализации	108 000	108 000	108 000	120 000	120 000	132 000	144 000	156 000	168 000	180 000	180 000	180 000	1 704 000
3. Всего денежных поступлений	808 000	212 327	247 216	295 667	343 681	403 258	474 397	557 098	651 362	757 189	862 578	967 529	6 580 302
Денежные платежи на сторону													
5 закупка товаров	630 800	10 800	10 800	10 800	10 800	10 800	10 800	10 800	10 800	10 800	10 800	10 800	749 600
6 заработная плата и отчисления	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	60 000
7 транспортные расходы	5 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	16 000
8 реклама	10 000	5 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	3 000	45 000
арендная плата	16 000	16 000	16 000	16 000	16 000	16 000	16 000	16 000	16 000	16 000	16 000	16 000	192 000
9 выплаты за кредит (с начисленными процентами)	25 437	25 875	26 313	26 750	27 187	27 625	28 063	28 500	28 937	29 375	29 815	474 167	778 044
10 общие накладные расходы	8 612	8 612	8 612	8 612	8 612	8 612	8 612	8 612	8 612	8 612	8 612	8 612	103 344
11. Всего денежных платежей на сторону	700 849	72 287	70 725	71 162	71 599	72 037	72 475	72 912	73 349	73 787	74 225	518 579	1 943 986
12. Налог	824	824	824	824	824	824	824	824	824	824	824	824	9888
13. Денежные средства на конец периода	106 327	139 216	175 667	223 681	271 258	330 397	401 098	483 362	577 189	682 578	787 529	448 126	448 126

