

Бизнес-план салона фотоуслуг «Катрина»

Содержание

1. Резюме
2. Анализ положения дел в отрасли
3. Производственный план
4. План маркетинга
5. Организационный план
6. Финансовый план

1. Резюме

Настоящий проект представляет собой создание нового предприятия. Среднегодовая численность персонала – 16 человек. Необходимая производственная площадь – 30 кв. метров, помещение под офис и торговый зал – 70 кв. метров. Помещение планируется взять в аренду.

В настоящее время рынок фото услуг развивается достаточно высокими темпами, и хотя повышенный интерес к услугам фото фирм начинает угасать, данный вид товаров всегда будет пользоваться популярностью, так как фотографии стали неотъемлемой частью жизни любой семьи. Кроме того, в Пскове много памятников истории и культуры, а значит с развитием города будет расти спрос на фотографии, открытки как со стороны населения, так и со стороны гостей города.

Прогнозируемая доля рынка проектируемой фирмы в первый год составит около 10 процентов рынка, что приблизительно равно 300 тысяч фотоснимков в год.

В данный момент на рынке города Пскова работают около 7-ми фирм, предоставляющих фото услуги, причем наиболее крупными и потенциально серьезными конкурентами являются лишь две – три фирмы. Следует отметить, что оборудование практически всех фирм немного устарело, является мало производительным и, зачастую не позволяет получать снимки высокого качества. Кроме того, в Пскове не существует крупного специализированного центра по предоставлению комплексных недорогих фото услуг.

Основными конкурентными преимуществами данного проекта являются:

1. использование нового высокопроизводительного оборудования;
2. оборудования большого торгового павильона, который будет предо-

ставлять широкий ассортимент услуг, станет центром цифровой печати;

3. основной стратегией конкурентоспособности проектируемой фирмы будет комплексная стратегия по снижению цен, повышению качества и уровня обслуживания с целью проникновения на рынок и расширения объема продаж;

4. снижение издержек за счет высокой производительности оборудования, повышения качества обслуживания, снижение цен, более полное удовлетворение потребителей за счет расширения спектра услуг и введения гибкой системы скидок.

Потребность в капитале составляет 1100 тысяч рублей, из них на закупку оборудования 1408 000 руб., а на оборотные активы 292 000 руб. В качестве источников финансирования выступают собственные и заемные средства. Собственные средства – 1300 000 руб. Для покупки оборудования, а также для покрытия первоначальных затрат будет взят кредит в Сберегательном банке, в размере 300 тыс. руб., под ставку 23% годовых.

Срок окупаемости проекта, рассчитанный путем определения чистой текущей стоимости нарастающим итогом составляет 1,5 год.

Планируемый общий объем продаж должен составить 3 942 500 руб. за 1-ый год и общая сумма затрат за год составит 2 692 596. Ориентируемая чистая прибыль за 1,5 года составит 485 177руб.

2. Анализ положения дел в отрасли

В настоящее время рынок фото услуг развивается достаточно высокими темпами, и хотя повышенный интерес к услугам фото фирм начинает угасать, данный вид товаров всегда будет пользоваться популярностью, так как фотографии стали неотъемлемой частью жизни любой семьи. Кроме того, в Пскове много памятников истории, а значит с развитием города будет расти спрос на фотографии, как со стороны населения, так и со стороны гостей города.

Потенциальными потребителями фирмы являются как постоянно проживающее население города Пскова, так и туристы и гости города. Из всего населения города пользоваться услугами фирмы будут, вероятнее всего, молодежь и молодые семьи, а также прочее трудоспособное население в возрасте до 50-ти лет. В летний период (с конца мая до начала сентября) численность населения увеличивается за счет приезжих. Таким образом, целевым сегментом для фирмы являются все семьи и одинокие, кроме пенсионеров. Исходя из этого, можно приблизительно определить емкость рынка услуг проявки и печати фотографий.

На конец 2008 года население города Пскова составило приблизительно 210 тыс. человек – это около 55 тысяч семей и около 15 тысяч одиноких, 25,6% - пенсионеры. Если один человек (кроме пенсионеров) снимает и печатает около 4 фотографий в год (на паспорт, загранпаспорт, права, при поступлении в учебное заведение, прохождение медкомиссии и т.д.), то потенциальная емкость рынка составит 252 тыс. снимков в год – спрос на проявку, а также около 220 цифровых

фотоаппаратов в год (считая, что каждая 250-я будет покупать один раз в год новый фотоаппарат) Предполагая, что в связи с низким уровнем доходов населения лишь около 30% потенциальных потребителей смогут позволить себе пользоваться фото услугами, потенциальный объем продаж фотоснимков составит 252 тысяч в год. Учитывая, что в последние годы наблюдаются отрицательные тенденции прироста населения и изменения в возрастной и социальной структуре населения для прогнозирования объемов спроса необходимо ежегодно отслеживать демографический и социальный процессы в городе.

В настоящее время на рынке фото услуг в городе Пскове работают 7 фирм, которые предоставляют услуги по проявке и печати фотопленок, услуги фотосалонов (2-3 фирмы), услуги цифрового реставрирования, редактирования и печати фотографий. Для оценки сравнительных преимуществ фирм-конкурентов можно использовать метод сегментации рынка по основным конкурентам.

Эту информацию удобно представить в виде таблицы:

Таблица 1.

Сегментация рынка по основным конкурентам

Факторы конкурентоспособности	Главные конкуренты			
	ООО Взгляд	Центр-К	Коника	Яркий мир
1.Товары				
1.1.Качество	4	5	4	3
1.2.Ассортимент	5	5	3	4
1.3.Уровень послепродажного обслуживания	5	4	3	3
1.4.Гарантийный срок	5	4	4	4
2.Услуги				
2.1.Качество	5	5	3	4
2.2.Время исполнения заказов	5	5	4	4
2.3.Ассортимент	5	5	4	3
2.4.Уровень обслуживания	5	5	4	4
3.Цена				
3.1.Продажная	5	4	3	3
3.2.Процент скидки с цены	5	3	2	2
4.Продвижение товаров на рынке				
4.1.Реклама	5	4	3	3
4.2.Индивидуальная продажа				

4.2.1.Стимулирование потребителей	5	4	3	2
4.2.2.Демонстрационная торговля	5	3	3	2
4.2.3.Показ образцов товаров	5	4	3	2
4.2.4.Подготовка персонала сбытовых служб	4	4	3	3
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО БАЛЛОВ	73	64	50	46

Каждый фактор в таблице получил оценку от нуля (наиболее слабые позиции) до пяти (доминирующие позиции). Оценки проставлялись в каждом из столбцов таблицы, а затем суммировались. Из приведенной таблицы видно, что наиболее сильным конкурентом выступает фирма Центр-К, хотя интегральная оценка проектируемой фирмы выше, что связано с предполагаемым введением скидок на продукцию, повышением уровня обслуживания и продажей дорогостоящих товаров в рассрочку. Слабыми сторонами проектируемой фирмы являются: слабый охват рынка, недостаточность опыта работы и более низкая норма прибыли за счет более низких цен.

В таблице представлены наиболее серьезные конкуренты, занимающие наиболее значительные доли рынка сбыта. В соответствии с экспертными оценками фирмы Центр-К и Коники занимают около 50% рынка сбыта. Таким образом, в данной ситуации рынок фото услуг можно охарактеризовать как рынок олигополии, так как на рынке существует лишь несколько крупных фирм-лидеров. Основной стратегией конкурентоспособности проектируемой фирмы будет комплексная стратегия по снижению цен, повышению качества и уровня обслуживания с целью проникновения на рынок и расширения объема продаж.

Основные сведения о рынке сбыта представлены в таблице 2:

Таблица 2.

Исходные данные для оценки рынков сбыта

№ п/п	Показатели	Псков	Населенные пункты в радиусе 100 км.	Рынки, удаленные за 100 км.
1	Уровень спроса	Высокий	Средний	Низкий
2	Степень удовлетворения спроса	Средняя	Средняя	Низкая
3	Уровень конкуренции	Высокий	Средний	Низкий

Таким образом, мы видим, что наиболее перспективными рынками сбыта являются Псков и населенные пункты в радиусе 100 км.

3. Производственный план

По способу организации производства салон фотоуслуг относится к мелкосерийному производству, так как, организация производства зависит от планируемого объема продаж.

Фирма планирует предоставлять следующие услуги :

1. печать фотоснимков размером от 2х3 см до 30х45см, как с цифровых, так и с обычных фотокамер;
1. печать фотоснимков с видеокассет и цифровых видеокамер;
1. реставрация и редактирование фотоснимков, разработка открыток, приглашений, виньеток, визиток и т.д.;
1. изготовление визиток, бейджей, виньеток, открыток, календарей и т.д.;
1. съемка в фото студии;
1. продажа сопутствующих товаров (фотоаппаратов, фотоальбомов и т.д.);
2. предоставление услуг фотографа на всевозможные мероприятия.

Планируется также предоставление сервисных услуг: гарантийное обслуживание фотоаппаратов, продажа в рассрочку и заказ дорогостоящих товаров по каталогу. В настоящее время на рынке работают фирмы, предоставляющие аналогичные услуги, однако основными недостатками конкурентных товаров и услуг являются стабильно высокие цены на фото услуги и сопутствующие товары, а также низкое качество продукции.

Основными преимуществами проектируемой фирмы являются: возможность снижения себестоимости и цен, повышение качества за счет использования мало-

го оборудования, расширения ассортимента услуг. Проектируется оборудование большого торгового павильона, который будет предоставлять широкий ассортимент услуг и станет центром цифровой печати.

Проектируется использование следующего производственного оборудования:

1. машина для проявки пленок и печати фотографий «Frontier 525»;
1. кассовый аппарат;
1. три компьютера Pentium IV;
1. фотокамера и оборудование для фотосалона;
1. принтер;
1. кондиционер;
1. слайд-сканер;
1. мебель.

Необходима производственная площадь – 30 кв. метров, помещение под офис и торговый зал – 70 кв. метров. Помещение планируется взять в аренду. Стоимость аренды 500 руб./м²

Специфика деятельности в сфере предоставления фото услуг требует особого внимания к месторасположению проектируемой фирмы. Для фото центра необходимо, чтобы его месторасположение было как можно более удобным для жителей города – его потенциальных клиентов. В то же время, необходимо учитывать также и месторасположение конкурентов, а также стоимость и наличие необходимых площадей в данном районе. С целью выявления наиболее удачного места расположения были оценены преимущества и недостатки места расположения будущей фирмы на нескольких центральных улицах города.

Было выявлено, что наиболее выгодным месторасположением будет являться центр города, и наиболее его оживленные улицы – Рижский проспект или

Октябрьский проспект, ул. Яна Фабрициуса. Недостатком такого размещения является непосредственная близость от конкурентов. Предполагается взять помещение размером 100 кв. метров в аренду (предварительно – Ул. Яна Фабрициуса д. № 13). Договор аренды предусматривает выполнение капитального ремонта помещения и наружного ремонта здания и ежемесячную арендную плату в размере 50 тысяч рублей. Договор заключается сроком на 3 года.

Производственный процесс печати фотоснимков состоит из следующих операций:

1. прием заказа (2 мин.);
2. проявка фотопленки (13 мин.)
3. печать фотоснимков (в зависимости от количества из расчета 0,02 мин на фотоснимок);
4. контроль качества, оформление и выдача заказа (5 мин.).

Съемка в фотосалоне занимает от 7 до 20 минут в зависимости от количества и сложности съемки. Услуги цифровой печати в зависимости от сложности могут занимать от 10 минут до нескольких часов.

Все оборудование, необходимое для работы фотосалона удобно представить в таблице 3.

Таблица 3.

Необходимое основное и вспомогательное оборудование, его стоимость

Наименование оборудования	Количество единиц	Цена за единицу, руб.
Основное оборудование:		
Машина для проявки пленок и печати фотографий Frontier 525	1	1200000
Компьютер Pentium IV	3	30000
Фотокамера и оборудование для фотосалона	1	30000
Слайд-сканер	1	15000
Вспомогательное оборудование:		

Принтер	1	20000
Кондиционер	1	20000
Мебель		30000
Кассовый аппарат	1	3000
Итого, стоимость основного и производственного оборудования		1408000

Производственная мощность зависит от производительности машины для печати и проявки фотоснимков и составляет по технической документации 3000 фотографий в час. Таким образом, производственная мощность составит приблизительно 8000 тысяч фотоснимков в год (с учетом режима работы по 8 часов в день).

Расчет амортизационных отчислений по месяцам в 1-й год реализации проекта по каждой группе основных средств представлен в таблице 3.2. Во 2-й и 3-й год работы расчет амортизации аналогичен.

Таблица 4.

Амортизационные отчисления

Наименование основного средства	Первоначальная стоимость, руб.	Срок полезного использования, мес.	амортизации, %	Амортизационных отчислений в месяц	за 1-ый год, руб. амортизационных отчислений
Машина для проявки пленок и печати фотогра-	1200000	180	0,56	6667	80004

фий Frontier 525					
Компьютер Pentium IV	90000	36	2,78	2500	30000
Фотокамера и оборудова- ние для фотосалона	30000	48	2,08	625	7500
Слайд-сканер	15000	36	2,78	417	5004
Принтер	20000	60	1,67	333	3996
Кондиционер	20000	72	1,39	278	3336
Технические средства	33000	84	1,19	393	4716
ИТОГО	1408000	-	-	11213	134556

Проектируется, что основными поставщиками расходных материалов и сопутствующих товаров будут фирмы:

1. Фотопринт г. Санкт-Петербург
1. Fuji г. Санкт-Петербург
1. Kodak г. Санкт-Петербург
1. Konica г. Санкт-Петербург

Фирмы Fuji, Kodak и Konica будут поставлять сопутствующие товары (фотоальбомы, рамки и т.д.).

Таблица 5.

Анализ поставщиков товара

Наименование характеристик	Поставщик
1. Наименование поставщика	Фотопринт
2. Местонахождение	Россия, г. Санкт-Петербург
3. Наименование продукции и цена поставщика (руб.).	а. Фотобумага - 1,00 б. Фотохимия - 0,40 в. Цифровой фотоаппарат – 3000
4. Качество всей продукции	Высокое
5. Срок поставки всей продукции	1-го числа каждого месяца
6. Основные достоинства поставщика	Низкие цены, высокое качество товара, своевременная доставка, широкий ассортимент товара,

Фирма Фотопринт будет поставлять основные расходные материалы для печати фотоснимков и проявки фотопленок. Планируется, что поставки расходных материалов, фотоаппаратов и прочей фото продукции будут осуществляться один раз в месяц.

Программа производства и реализации услуг на первые три года представлена в таблице 6, в остальные годы расчет аналогичный.

Таблица 6.

Программа производства и реализации продукции

Показатели	1-ый год	2-ой год	3-ий год
Фотоснимки			
Объем продаж, тыс. шт.	35	45	50
Цена, руб.	6	6,5	7
Выручка от реализации товара, тыс. руб.	210	92,5	350
Цифровые фотоаппараты			
Объем продаж, тыс. шт.	0,22	0,20	0,19
Цена, руб.	6000	7000	7500
Выручка от реализации товара, тыс. руб.	1290	1400	1425
Сопутствующие товары			
Объем продаж, тыс. шт.	0,09	0,10	0,11
Цена, руб.	150	200	250
Выручка от реализации товара, тыс. руб.	13,5	20	27,5
Прочие услуги			
Объем реализации.	100	180	200
Цена, руб.	13000	13500	14000
Выручка от реализации услуги, тыс. руб.	1300	2430	2800
Выручка всего	2813,5	3942,5	4602,5

С целью упрощения расчетов затрат на расходные материалы вся продукция фирмы была условно разделена на 4 группы: фотоснимки, цифровые фотоаппараты, сопутствующие товары и прочие услуги. К группе “фотоснимки” относятся все виды фотографий всех форматов, которые условно сведены к одному 10x15 см по цене 4,5 рублей за снимок. Основной калькуляционной единицей в группе «циф-

ровые фотоаппараты» является фотоаппарат «Самсунг». К группе «сопутствующие товары» относятся продажа фотоальбомов, рамок и т.д. К прочим услугам относятся все виды услуг цифровой печати, а также предоставление услуг профессионального фотографа. Себестоимость каждого конкретного вида продукции рассчитывается путем корректировки себестоимости группы на конкретные потребительские и технические характеристики каждой единицы. Расход материалов рассчитывался исходя из норм расхода по технической документации.

Расчеты производились исходя из средних цен на материалы и товары у предполагаемых поставщиков на момент разработки бизнес-плана.

Таблица 7.

Калькуляция затрат на расходные материалы

Статьи затрат	Затраты на единицу, руб.			Объем продаж, тыс. шт.			Всего, тыс. руб.		
	1-ый год	2-ой год	3-ий год	1-ый год	2-ой год	3-ий год	1-ый год	2-ой год	3-ий год
Фотоснимки									
Бумага	1,00	1,10	1,20				35	49,5	60
Химический состав	0,40	0,60	0,80	35	45	50	14	27	40
Конверт	0,05	0,15	0,25				1,75	6,75	12,5
<i>Всего затрат</i>	<i>1,45</i>	<i>1,85</i>	<i>2,25</i>	<i>35</i>	<i>45</i>	<i>50</i>	<i>50,75</i>	<i>83,25</i>	<i>125,5</i>
Цифровые фотоаппараты									
Материалы	3000	3250	3500	0,22	0,20	0,19	660	650	665
ТЗР	0,3	0,40	0,90				0,066	0,08	0,171
<i>Всего затрат</i>	<i>3000,3</i>	<i>3250,4</i>	<i>3500,9</i>	<i>0,22</i>	<i>0,20</i>	<i>0,19</i>	<i>660,0667</i>	<i>650,08</i>	<i>665,171</i>
Сопутствующие товары									
Материалы	50	65	70	0,09	0,10	0,11	4,5	6,4	7,7
ТЗР	0,36	0,40	0,65				0,0324	0,04	0,0715
<i>Всего затрат</i>	<i>50,36</i>	<i>65,7</i>	<i>70,95</i>	<i>0,09</i>	<i>0,10</i>	<i>0,11</i>	<i>4,5324</i>	<i>6,44</i>	<i>7,7715</i>
Прочие услуги									
Материалы	11,45	14,9	15,14	0,10	0,18	0,20	1,145	2,682	3,028
ТЗР	1,2	1,8	2,3				0,12	0,324	0,46
<i>Всего за-</i>	<i>12,65</i>	<i>16,7</i>	<i>17,44</i>	<i>0,10</i>	<i>0,18</i>	<i>0,20</i>	<i>1,265</i>	<i>3,006</i>	<i>3,488</i>

<i>трат</i>									
ИТОГО	-	-	-	-	-	-	716,614	742,776	801,932

Таким образом, из данной таблицы видно, что на первый год затраты на расходные материалы составляют 716614 рублей. Из них на оказание услуг профессионального фотографа - 1265 рублей, на продажу сопутствующих услуг – 4532 рублей, на продажу фотоаппаратов – 660066 рублей и на печать фотоснимков – 50750 рублей.

4. План маркетинга

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению услуг более высокого качества и более низким ценам, а также расширения ассортимента услуг. Исходя из

этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создания положительного имиджа фирмы. Главными конкурентными преимуществами данного проекта являются: использование нового высокопроизводительного оборудования, которое позволит повысить качество и снизить стоимость предоставляемых услуг; оборудование большого торгового павильона, который будет предоставлять широкий ассортимент услуг и станет центром цифровой печати; введение системы накопительных скидок и индивидуального подхода к потребностям каждого клиента.

Исходя из целей и стратегии маркетинга, а также с учетом сезонного характера спроса и его высокой эластичности в зимний период времени и более низкой эластичности в летний период времени, установление цен будет осуществляться методом «издержки + прибыль», с учетом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов. С целью расширения рынка сбыта и стимулирования спроса на товары и услуги планируется установление минимальных надбавок в цене на фотоаппараты (в пределах 10% от полной себестоимости), а также продажу дорогостоящих фотоаппаратов постоянным клиентам в рассрочку. Цены на фото аксессуары будут рассчитываться исходя из уровня спроса, издержек и целевой прибыли. Главным элементом ценовой политики фирмы должно стать введение компьютерного учета всех клиентов фирмы с целью предоставления накопительных скидок с цены. Это позволит привлечь и сохранять постоянных клиентов и стабилизировать объем спроса.

Послепродажное обслуживание клиентов будет включать гарантийное обслуживание приобретаемых фототоваров.

Для достижения поставленных целей планируется развернуть широкомасштабную рекламную кампанию с целью ознакомления потребителей с продук-

цией и ценами на нее.

Исходя из того, что на рынке присутствует значительное число конкурентов, и агрессивная политика цен может привести к негативным последствиям, основной идеей стратегии ценообразования фирмы в области установления цен на фотоснимки и услуги цифровой печати является постепенное снижение цен на основании накопительных скидок постоянным клиентам и незначительное общее снижение цен. Такая стратегия будет способствовать привлечению клиентов, как за счет скидок, так и за счет высокого качества обслуживания покупателей.

Цена на услуги для постоянных клиентов будет оставаться постоянной, но в зависимости от количества напечатанных фотоснимков будут вводиться скидки. Кроме того, будет производиться снижение общих цен для всех потребителей. Планируется также введение льгот для фотосъемки в салоне на документы для пенсионеров, школьников и студентов.

Расходы на маркетинг планируется финансировать за счет себестоимости. План расходования средств приводится в таблице 8.

Таблица 8.

Бюджет маркетинга

Показатели, тыс. руб.	1-ый год	2-ой год	3-ий год
Реклама	30	30	30
Проведение маркетинговых исследований	3	3	3
Разработка новых услуг	0,0	0,0	8
Новогодние подарки постоянным клиентам	7	7	5
Итого расходов	40	40	47

5. Организационный план

Наиболее приемлемой организационной формой предприятия для данного проекта является частное предпринимательство.

Структурные подразделения фирмы: главный офис и торговый павильон.

Всего в работе фирмы планируется задействовать 15 человек:

- Директор – управляющий;
- Главный бухгалтер;
- Кассир – 2 чел.;
- Операторов цифровой печати – 2 чел.;
- Фотограф – 2 чел.;
- Уборщица.

К функциям директора относятся:

1. контроль над соблюдением техники безопасности и требований к охране труда на предприятии;

2. контроль над состоянием оборудования, обеспечение своевременного ремонта и профилактических работ;

3. контроль качества материалов, мониторинг запасов материалов, своевременная доставка запасов со склада.

К функциям главного бухгалтера относятся:

1. ведение бухгалтерского и налогового учета в соответствии с нормативными актами;

2. предоставление налоговой, финансовой и статистической отчетности в сроки и органы, установленные действующим законодательством;

3. предоставление ежегодного отчета в органы управления обществом.

Заработная плата сотрудников аппарата управления будет фиксированной.

Таблица 9.

Расчет заработной платы персонала

Должность	Кол-во	Оклад в месяц, руб.	Отчисления на социальные нужды, руб.	Расходы на оплату труда всего, руб.
Директор	1	20000	5200	25200
Главный бухгалтер	1	10000	2600	12600
Кассир	2	6000	3120	15120
Операторов цифровой печати	2	6000	3120	15120
Фотограф	2	10000	5200	25200
Уборщица	1	3000	780	3780
Итого	9	77000	20020	97020

Так как проектируемое предприятие относится к сфере обслуживания, то проектируется режим работы с 9-00 до 20-00 в зимнее время и с 9-00 до 21-00 в летнее время, таким образом, в соответствии с трудовым кодексом режим работы работников устанавливается день через день, с перерывом на обед. Один раз в полгода два выходных дня предусматриваются для профилактики оборудования. Режим работы фотографа – с 10-00 до 20-00 четыре дня в неделю, режим работы административно-управленческого аппарата с 9-00 до 18-00 с перерывом на обед, 5 рабочих дней в неделю.

Характер работы обуславливает следующие квалификационные требования к работникам:

Кассира – образование средне - специальное или высшее с опытом работы в сфере обслуживания, умение работать с кассовыми аппаратами.

Оператора- образование высшее техническое или средне - специальное, умение работать на персональном компьютере, желательно с опытом работы в фото фирмах.

Найм сотрудников будет производиться на конкурсной основе с учетом лич-

ных качеств и опыта работы. Планируется ежемесячно оценивать качества работы персонала и поощрять лучших работников.

6. Финансовый план

Расчет потребности в капитальных вложениях представлен в таблице 10.

Таблица 10.

Потребность в капитальных вложениях

Наименование показателей	Всего по проектно-сметной документации
Капитальные вложения	1 700 000
в том числе:	
строительно-монтажные работы	63 580
Оборудование	1 408 000
прочие затраты	228 420

Источники средств представлены в табл.11:

Таблица 11.

Источники средств на начало реализации проекта (тыс. руб.)

Наименование источников	Средства на начало реализации проекта
1. Собственные средства	1 300 000
Взнос в уставный капитал	-
Собственные средства, всего	1 300 000
2. Заемные средства	
Кредит банка	300 000
Заемные средства, всего	300 000
Итого	1 600 000

Потребность в капитале по данному проекту составила 1700 000 руб. из них на закупку оборудования 1408 000 руб., а на оборотные активы 292 000 руб. В качестве источников финансирования выступают собственные и заемные средства. Собственные средства – 1400 000 руб.

Для покупки оборудования, а также для покрытия первоначальных затрат будет взят кредит в Сбергательном банке, в размере 300 тыс. руб., под ставку 23% годовых. Расчет выплат по кредиту представлен в таблице 12:

Таблица 12.

Расчет выплаты процентов по кредиту

Год	Сумма кредита на начало года, руб.	Выплата основной суммы, руб.	Выплата процентов, руб.	Общий платеж, руб.	Остаток кредита на конец года, руб.
1	300 000	100 000	69 000	169 000	200 000
2	200 000	100 000	46 000	146 000	100 000
3	100 000	100 000	23 000	123 000	0
ИТОГО	0	300 000	138 000	438 000	0

Для отнесения затрат на конкретный вид продукции необходимо накладные издержки распределить по каждому виду, за базу распределения затрат выбрана доля выручки от реализации каждого вида услуги в общей выручке:

- ✓ Цифровые фотоаппараты – 33,78%;
- ✓ Фотоснимки – 6,65%;
- ✓ Сопутствующие товары – 2,25%;
- ✓ Прочие услуги – 57,32%.

Расчеты распределения затрат приведены в таблице 13.

Таблица 13

Распределение косвенных затрат по видам услуг

Показатели	Цифровые фотоаппараты	Фотоснимки	Сопутствующие товары	Прочие услуги	Итого затрат за год, руб.
Расходы на содер-	12160,8	2394	810	20635,2	36000

жание офиса					
Арендные платежи	202680	39900	13500	343920	600000
Расходы на рекламу	13512	2660	900	22928	40000
% по кредиту					
- 1-ый год;	23308,2	4588,5	1552,5	39550,8	69000
- 2-ой год;	15538,8	3059	1035	26367,2	46000
- 3-ий год.	7769,4	1529,5	517,5	13183,6	23000
Амортизационные отчисления	45453,02	8947,97	3027,51	77127,5	134556
Затраты на ремонт	21477,32	4228,07	1430,55	36444,06	63580
Расходы на оплату труда	393280,3	77421,9	26195,4	667342,4	1164240
Итого затрат за 1-ый год	711871,6	140140,5	47415,9	1207948	2107376
Итого затрат за 2-ой год	704102,2	138611,1	46898,4	1194764,3	2084376
Итого затрат за 3-ий год	696332,8	137081,5	46381	1181580,7	2061376

Таблица 14

Затраты на производство и сбыт продукции (потребность в оборотном капитале)

Показатели (руб.)	Всего в месяц за 1-ый год	Всего за 1-ый год	Всего за 2-ой год	Всего за 3-ий год
Фотоснимки				
Прямые затраты всего	4229,2	50750	83250	125500
Постоянные (общие) затраты всего	11678,4	140140,5	138611,1	137081,5
Всего общих затрат на производство и сбыт продукции	15907,6	190890,5	221861,1	262581,5
Цифровые фотоаппараты				
Прямые затраты всего	55005	660067	650080	665171
Постоянные затраты всего	59322,6	711871,6	704102,2	696332,8
Всего общих затрат на производство и сбыт продукции	114327,6	1371938,6	1354182,2	1361530,8
Сопутствующие товары				
Прямые затраты всего	377,7	4532	6440	7772
Постоянные затраты всего	3951,3	47415,9	46898,4	46381
Всего общих затрат на производство	4329	51947,9	53338,4	54153

и сбыт продукции				
Прочие услуги				
Прямые затраты всего	105,4	1265	3006	3488
Постоянные затраты всего	100662,3	1207948	1194764,3	1181580,7
Всего общих затрат на производство и сбыт продукции	100767,7	1209213	1197770,3	1185068,7
<i>Общие затраты на производство и сбыт услуг всего</i>	<i>235331,9</i>	<i>2823990</i>	<i>2827152</i>	<i>2863334</i>
<i>Общие затраты на производство и сбыт услуг без амортизации</i>	<i>224118,9</i>	<i>2689434</i>	<i>2692596</i>	<i>2728778</i>

Рассчитаем точку безубыточности для объема производства оказываемых услуг, т.е. объем производства, при котором выручка равна затратам. Необходимые данные берем из таблиц 5 и 11. Расчеты представлены в таблице 15.

$$B_{кр} = \frac{Пост.З \times B}{B - Перемен.З}$$

Таблица 15.

Расчет точки безубыточности

Услуга	Выручка за месяц, руб.	Постоянные затраты в месяц, руб.	Переменные затраты в месяц, руб.	Точка безубыточности, руб.
Фотоснимки	17500	11678,4	4229,2	15400
Фотоаппараты	107500	59322,6	55005	121481,6
Фотопленки	1125	3951,3	377,7	5948,36
Прочие услуги	108333	100662,3	105,4	100760,3

Следующий этап разработки финансового плана связан с оценкой финансовых результатов производственной и сбытовой деятельности в рамках инвестиционного проекта. Результаты расчетов финансового результата проекта представлены в табл. 16:

Таблица 16.

Финансовые результаты производственной и сбытовой деятельности

Показатели, руб.	Всего за 1-ый год	Всего за 2-ой год	Всего за 3-ий год
Общая выручка от реализации услуг	2813500	3942500	4602500
Общие затраты на производство и сбыт услуг	2689434	2692596	2728778

Амортизационные отчисления	134556	134556	134556
Финансовый результат (налогооблагаемая прибыль)	-10490	1115348	1739166
Налог на доходы физических лиц	-	144995	226092
Чистая прибыль	-	970353	1513074
Погашение основного долга	100000	100000	100000
Прибыль после погашения основного долга	-100000	870353	1413074

В таблице 17 представлен план денежных поступлений и выплат по каждому виду деятельности (инвестиционной, операционной, финансовой), для оценки финансовой реализуемости проекта.

Таблица 17.

План денежных поступлений и выплат за 3 года

Показатели	Год			
	0	1	2	3
Инвестиционная деятельность				
Приобретение оборудования	- 1408000	0	0	0
Приобретение материалов	-228420	0	0	0
Сальдо инвестиционной деятельности	- 1636420	0	0	0
Накопленное сальдо инвестиционной деятельности	- 1636420	- 1636420	- 1636420	-1636420
Операционная деятельность				
Общая выручка от реализации услуг	0	2813500	3942500	1918257 0
Общие затраты на производство и сбыт услуг	0	2689434	2827152	4602500
Амортизационные отчисления	0	134556	134556	134556
Прибыль (убыток) до налогообложения	0	-10450	1115348	1739166
Налог на доход физических лиц (НДФЛ)	0	-	144995	226092
Чистая прибыль	0	-	970353	151074
Чистая прибыль + амортизация	0	134556	1104909	1647630
Накопленное сальдо операционной деятельности	0	134556	1239465	2887095
Финансовая деятельность				
Кредит	300000	0	0	0
Собственные средства	1400000	0	0	0
Погашение основного долга	0	-100000	-100000	-100000
Сальдо финансовой деятельности	1700000	-100000	-100000	-100000
Накопленное сальдо финансовой деятельности	1700000	1600000	1500000	1400000

Общее накопленное сальдо	63580	87686	1103045	2650675
--------------------------	-------	-------	---------	---------

Исходя из данных представленных в таблице 17, можно определить период окупаемости, он составит 18 месяцев, т.к. сальдо накопленное операционной деятельности превысит сумму, вложенных инвестиций в середине второго года работы фирмы.

Для определения эффективности проекта рассчитаем также чистую текущую стоимость, внутреннюю норму прибыли и рентабельность проекта.

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1+i)^i} - I$$

$$NPV = \frac{134556}{1+0,16} + \frac{1104909}{(1+0,16)^2} + \frac{1647630}{(1+0,16)^3} - 1700000 = 292691 \text{ руб.}$$

$$IRR = r_1 + \frac{NPV(r_1)}{NPV(r_1) - NPV(r_2)} (r_2 - r_1) = 74,21\%$$

$$PI = \frac{\sum_{n=1}^k \frac{CF}{(1+i)^n}}{\sum_{n=0}^k \frac{I_n}{(1+i)^n}} = 1,08$$

Период окупаемости проекта:

$$PP = \frac{|-1700000|}{|-1700000| + 134556} = 1,5 \text{ года}$$

После проведения расчета показателей эффективности можно сделать вывод, что проект является прибыльным, т.к. чистая текущая стоимость проекта за три года составит 292 691 руб., внутренняя норма доходности 74,21% и рентабельность инвестиций за три года равна 1,08, период окупаемости составляет 1,5 года.

