

БИЗНЕС-ПЛАН

Название проекта:

АУТСОРСИНГОВЫЙ CALL-ЦЕНТР (центр обработки вызовов)



Оглавление

Название проекта – **Многофункциональный аутсорсинговый Call-центр**
 Вариант проекта - **2.4**
 Дата начала проекта - **01.06.2004**
 Продолжительность расчетов - **36 мес.**

Настоящий бизнес-план представляет собой пример бизнес-плана для получения кредита. По вопросу корректировки этого бизнес-плана, или подготовки иного проекта, Вы можете обратиться по e-mail: teo@teo.ru, или связаться по телефону, указанном на нашем сайте www.teo.ru

1.	Резюме	3
2.	Компания	4
	2.1. Услуги	4
3.	Окружение	5
	3.1. Система учета, инфляция, налоговое окружение	5
	3.2. Анализ рынка	6
	3.3. Конкуренты	15
4.	Инвестиционный план	16
5.	Операционный план	19
6.	Финансирование	22
7.	Результаты	23
8.	Анализ	31
9.	Приложения	34

1. Резюме

Цель проекта: Организация аутсорсингового call-центра на платформе медиа сервера S8500 производства Avaya (новейший продукт в каталоге Avaya позволяет строить распределенные системы с использованием телефонных и IPсетей).

Максимальное количество каналов для подключения к ТфОП – до 800

Максимальное количество абонентов – до 2400

Максимальное количество удаленных выносов до 64

Максимальное количество операторских рабочих мест Call Center до 1000.

На первом этапе проекта планируется создать в течении года 100 операторских мест, в дальнейшем, планируется в течении последующих 2 лет довести число операторских мест до 200.

Необходимая сумма инвестиций: USD 590 000-

Эффективность инвестиций

Показатель	Рубли	Доллар США
Ставка дисконтирования, %	8,00	2,00
Период окупаемости - PB, мес.	19	19
Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес.	20	20
Средняя норма рентабельности - ARR, %	170,13	152,99
Чистый приведенный доход - NPV	56 505 914	1 986 426
Индекс прибыльности - PI	4,41	4,42
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	151,30	137,20
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	75,36	66,03

Период расчета интегральных показателей - 36 мес.

2. Компания

2.1. Услуги

Услуги предоставляемые call-центром заключаются в предоставлении Клиенту единого многоканального телефонного номера доступа для приема и обслуживания телефонных звонков операторами центра обслуживания вызовов в интересах, по заданию и от имени Клиента. Система автоматического обслуживания позволяет в случае непрогнозируемых увеличений количества звонков, в помощь операторам, обслуживать входящие вызовы в автоматическом режиме, включая функцию голосового меню и переадресацию вызова на заданные телефонные номера.

Услуга Клиенту предоставляет следующие возможности:

- Единый многоканальный номер
- Удержание входящих вызовов
- Голосовое «меню»
- Запись и прослушивание входящих сообщений
- Отправка записанных входящих сообщений абонентов клиенту по электронной почте
- Предоставление подробной статистики по всем входящим вызовам
- Обслуживание вызовов операторами
- Проведение исходящих компаний (опросы, оповещения)

Преимущества использования услуг Call-центра:

- Предоставление клиентам качественно нового уровня сервиса
- Снижение затрат на обслуживание по телефону
- Увеличение производительности работы операторов
- Обеспечение единой среды обмена сообщений
- Автоматический контроль за качеством телефонного обслуживания клиентов

Список продуктов/услуг

Наименование	Ед. изм.	Нач. продаж
Абонентская плата	клиент*месяц	01.08.2004
Обслуживание вызовов оператором	вызов	01.08.2004
Обслуживание вызовов IVR	вызов	01.08.2004

3. Окружение**3.1. Система учета, инфляция, налоговое окружение****Банк, система учета**

Финансовый год начинается в январе.
Принцип учета запасов: по среднему.

Валюта проекта

Основная валюта проекта - Доллар США(\$ US)

Темпы роста/падения курса (%)

1 год	2 год	3 год
7.000	6.650	6.320

Инфляция (Рубли)

Объект	1 год	2 год	3 год
Сбыт	10,00	9,90	9,80
Прямые издержки	10,00	9,40	8,84
Общие издержки	10,00	9,40	8,84
Зарплата	10,00	9,50	9,02

Налоги

Название налога	База	Период	Ставка
Налог на прибыль	Прибыль	Месяц	24 %
НДС	Добав. стоим.	Месяц	18 %
Налог на имущество	Имущество	Квартал	0.55 %
ЕСН	Зарплата	Месяц	35.6 %

Переплаченный НДС переносится в будущие периоды.
Убытки предыдущих периодов списываются сразу.

3.2. Анализ рынка

ПЕРСПЕКТИВЫ МИРОВОГО РЫНКА CALL-ЦЕНТРОВ

Согласно прогнозу Datamonitor, опубликованному в конце 2002 года, международный рынок call-центров к 2007 году вырастет до \$5,5 млрд. С 2002 года рост будет составлять около 6% ежегодно. При этом европейский рынок покажет ежегодный рост на уровне 8,5%, в то время как более обширный и зрелый североамериканский рынок будет расти со скоростью 3,8% в год.

Стагнация на западных рынках заставила аналитиков скорректировать свои более ранние оценки и прогнозы, которые были гораздо более оптимистичными. Например, в докладе агентства Pelorus Group «Европейский рынок Call-центров», опубликованном в марте 2000 года, рынок только в одном этом регионе оценивался на уровне \$9 млрд. 80% рынка (по объему продаж) занимали Великобритания, Франция, Германия и Голландия, оставив на долю остальных 11 участников Евросоюза пятую его часть. Уже в этом году эта «большая четверка» должна была продать call-центров на \$3,6 млрд. (базовый доход) или более чем на \$9 млрд. в валовом исчислении.

По прогнозу агентства Datamonitor, сделанного в ноябре 1999 года, к настоящему времени один только рынок программного обеспечения должен занимать \$8,5 млрд., что в 3 раза больше, чем в 1999 году, когда его объем оценивался в \$2,9 млрд.

Datamonitor утверждает, что рост начнется тогда, когда call-центры объединятся с существующими системами. Эти технологии, которые найдут место среди традиционного телекоммуникационного оборудования, включают в себя автоматические распределители вызовов (Automatic Call Distributors, ACDs), системы записи вызовов (call recording), интеграцию с компьютерной телефонией (Computer Telephony Integration, CTI), интерактивное речевое взаимодействие (Interactive Voice Response, IVR), предиктивный набор (predictive dialing), системы отчетности (report states).

Автор доклада, аналитик Datamonitor Андреас Колинд (Andreas Kolind) считает, что многие технологические рынки серьезно пострадали из-за того, что компании заморозили свои ИТ-бюджеты в жестких экономических условиях, однако расходы на call-центры остаются на достаточно высоком уровне по причине долгосрочного роста спроса на услуги, предоставляемые call-центрами.

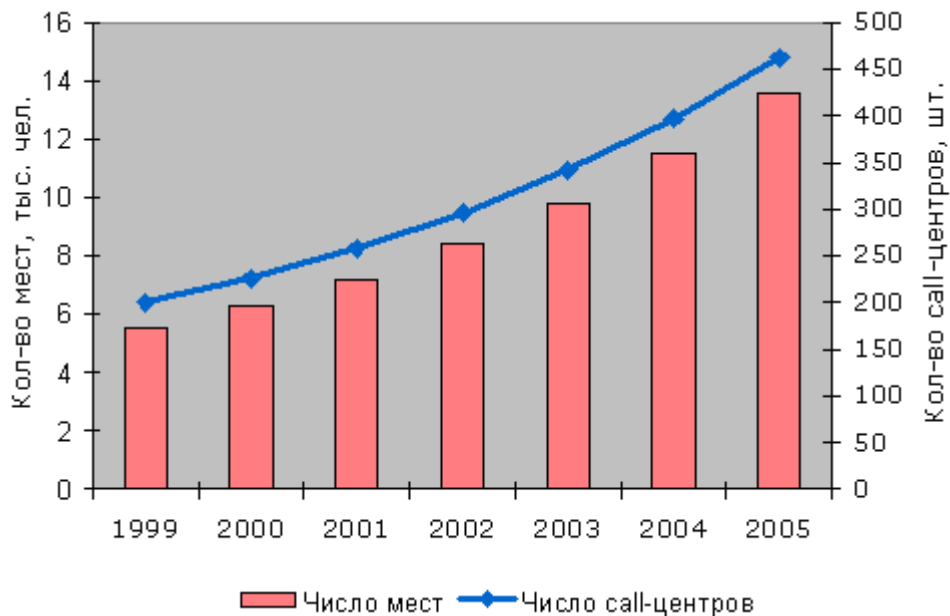
«Это вызвано тем, что контакты с клиентами централизованы в одном месте, имеющимся спросом на аутсорсинговые отношения с клиентами и необходимостью приводить в соответствие существующие инвестиции в приложения с технологической инфраструктурой», — считает он.

Самым быстрорастущим сегментом на рынке будут малые call-центры — согласно Datamonitor к 2007 году более половины всех доходов вендоров будут получены от продажи call-центров, рассчитанных менее чем на 100 агентов. Для обслуживания этого сегмента рынка многие производители будут вынуждены ввести «облегченные» версии своих решений и изменить ценовую политику для привлечения небольших проектов, связанных с call-центрами. Что касается более крупных проектов call-центров, рассчитанных на 101-250 операторов, то тренд для большинства из них — склонение в сторону оффшорных аутсорсинговых схем.

ПЕРСПЕКТИВЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА CALL-ЦЕНТРОВ

Темпы роста российского рынка call-центров оцениваются на уровне 35-45% ежегодно. По прогнозам Datamonitor рост числа операторских мест в call-центрах и количества call-центров в России будет весьма существенным. Однако суммарное число call-центров останется весьма скромным.

Рост количества операторских мест и количества call-центров в России



Для сравнения — число ЦОВ в Европе в 1999 году насчитывало 12 750 единиц, и к 2006 году, по прогнозам Frost&Sullivan, увеличится до 28 тыс. штук.

По прогнозу агентства Datamonitor, сделанного в ноябре 1999 года, к настоящему времени один только рынок программного обеспечения должен занимать \$8,5 млрд., что в 3 раза больше, чем в 1999 году, когда его объем оценивался в \$2,9 млрд.

Итак, потенциал роста спроса на услуги call-центров огромен. По прогнозам западных аналитиков, в России этот рынок будет бурно развиваться в ближайшие три-четыре года. Назвать в цифрах потенциальную емкость довольно трудно, но база спроса на call-центры действительно огромна — от магазинов до железнодорожных вокзалов. Жесткая конкурентная борьба за каждого клиента во всех отраслях подталкивает компании к применению современных IT-услуг. Впрочем, по мнению экспертов, сейчас спрос на услуги call-центров ограничивается отсутствием на рынке большого числа крупных, ориентированных на клиентов компаний, а также отсутствием навыков управления затратами на контакты с потребителем.

Сами универсальные операторы оценивают существующий уровень спроса в этой сфере не очень оптимистично. Одна из причин заключается в том, что в России нет таких «монстров» бизнеса, как, например, McDonald's или Coca-Cola в США, которые были бы способны резко поднять спрос на более высокий уровень.

С другой стороны, потенциальные клиенты не готовы пользоваться услугами сторонних call-центров по двум основным причинам: во-первых, из боязни утечки информации из клиентских баз, во-вторых, от неуверенности в качестве общения «чужих» операторов со «своим» клиентом. Таким образом, ожидать прихода гигантов на рынок аутсорсинга услуг call-центров можно только после значительного повышения спроса на подобные услуги, а также доказанного качества их уровня.

Рынок call-центров в России пока не структурирован и в основном представлен маленькими компаниями (в том числе бывшими пейджинговыми компаниями), торгующими локальными решениями. Реальная конкуренция в России пока отсутствует, и в основном рынок сосредоточен в крупных городах — Москве, Санкт-Петербурге, то есть там, где она максимальна. Каждый call-центр имеет набор, как правило, эксклюзивных заказчиков, а крупный бизнес предпочитает покупать собственный call-центр, чтобы избежать рисков, связанных с потерей контроля над процессом, оперативности внесения изменений, а также в целях обеспечения конфиденциальности информации. Практика переманивания крупных клиентов, которая имела место последние несколько лет, в настоящее время постепенно отходит — компании стали делать больший акцент на поиск новых клиентов. В России пока еще мало call-центров с высокими функциональными возможностями, построенных на базе современных технологий. В частности, контакт-центры, интегрирующие все каналы взаимодействия, исчисляются единицами. Рост спроса на услуги call-центров специалисты связывают с повышением информированности о данной технологии и одновременно с осознанием того, что аутсорсинг — лучше с точки зрения соотношения цена/качество. Крупным сектором рынка для коммерческих call-центров являются компании, которые хотят «пощупать» технологию, прежде чем покупать свой call-центр и готовы арендовать готовую инфраструктуру.

Максимальный спрос ощущается в наиболее технологически продвинутых секторах, требующих новых технологий контакта с заказчиками — телекоммуникации, финансовый сектор, high-tech.

Потенциальными заказчиками являются сектора с растущей конкуренцией и неустойчивой клиентской базой, сектора с большими количествами «продвинутых» клиентов, требующих постоянного внимания (сотовые компании, телекоммуникации, интернет-провайдеры, справочные службы).

Двигателем спроса на услуги call-центров будет также предложение стандартных пакетов услуг. Пока услуга эксклюзивна и дорога, однако идет процесс унификации и выработки пакетов, ориентированных на конкретный сектор вертикального или горизонтального рынка. Таким образом, проявляется тенденция к аутсорсингу наиболее стандартных функций, запросов, ориентированных на массового клиента. Что касается VIP-клиентов, то они оставляют себе «интеллектуальное» обслуживание верхнего уровня, а также услуги, требующие интеграции с другими системами, работающими в режиме реального времени (транзакционные и бэк-офисные). Таким образом, происходит фрагментация уровней обслуживания и важности клиентов.

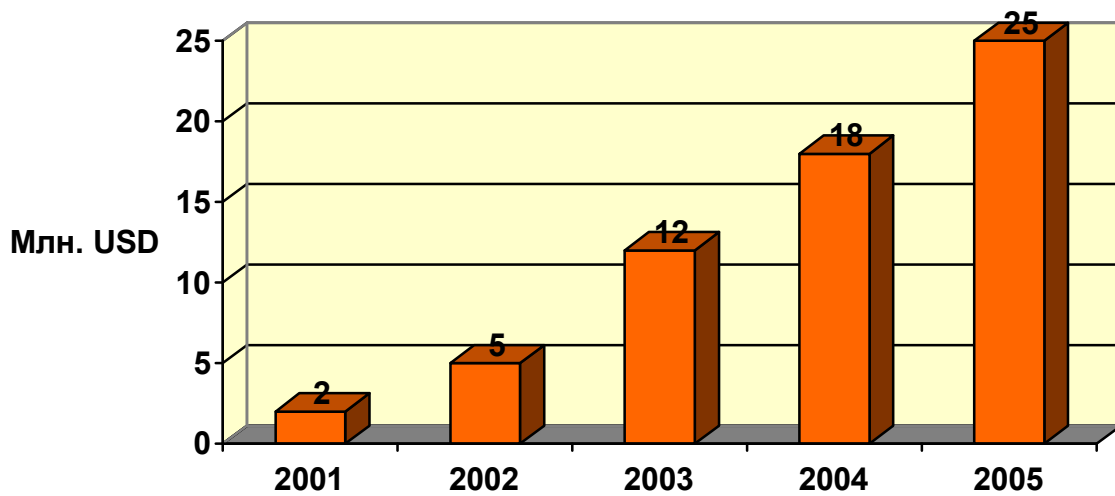
В числе положительных для развития рынка услуг тенденций эксперты отмечают тот факт, что доля аутсорсинга в России растет быстрее, чем доля «внутренних» call-центров. Ранее развитие новых технологий сдерживало отсутствие свободного доступа к цифровым линиям связи. Упрощение и удешевление доступа, по мнению аналитиков, подтолкнет рынок.

ПЕРСПЕКТИВЫ МОСКОВСКОГО РЫНКА CALL-ЦЕНТРОВ

Объем рынка услуг аутсорсинговых call-центров Москвы в 2003 году оценивался 12 млн. долларов. Исходя из того, что оборот московского рынка в 2002 году оценивался всего в 5 млн. долларов за 2003 год рост составил 140%.

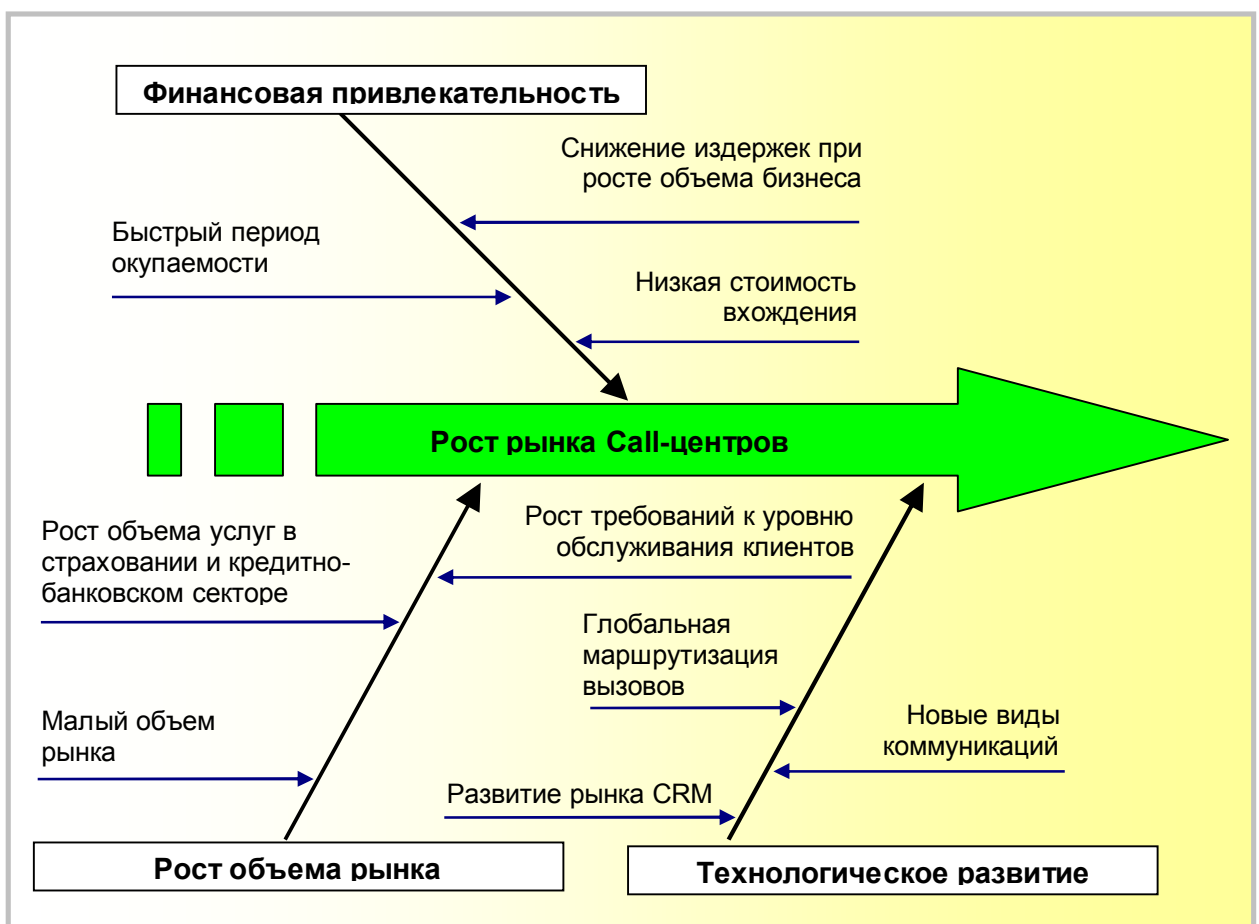
В ближайшие 2 года прогнозируется снижение темпов роста до 30-50% в год.

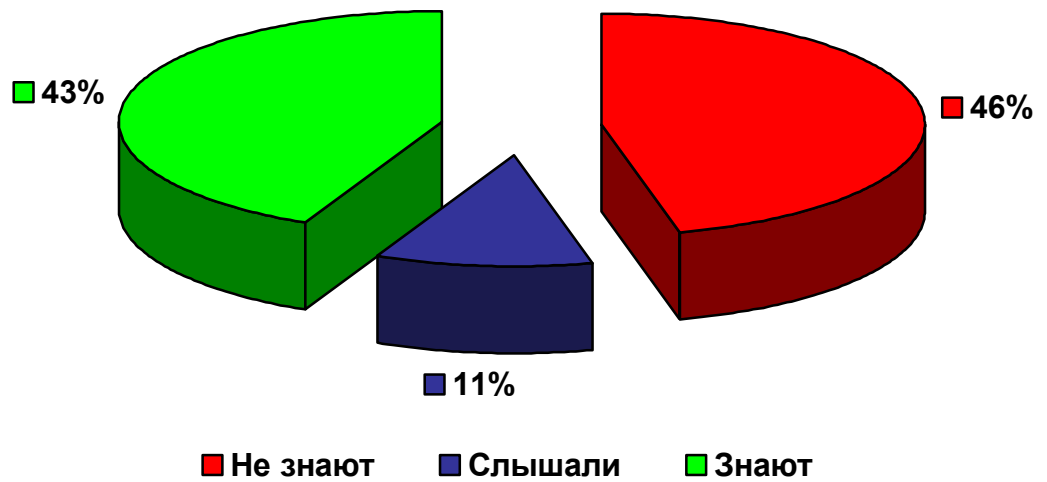
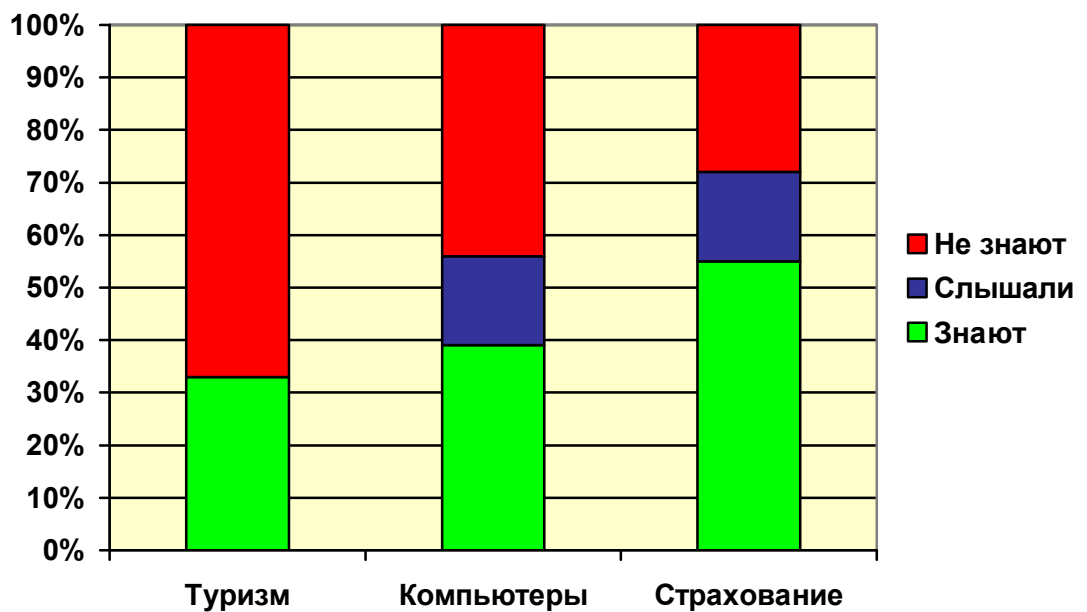
Рост рынка услуг аутсорсинговых call-центров Москвы



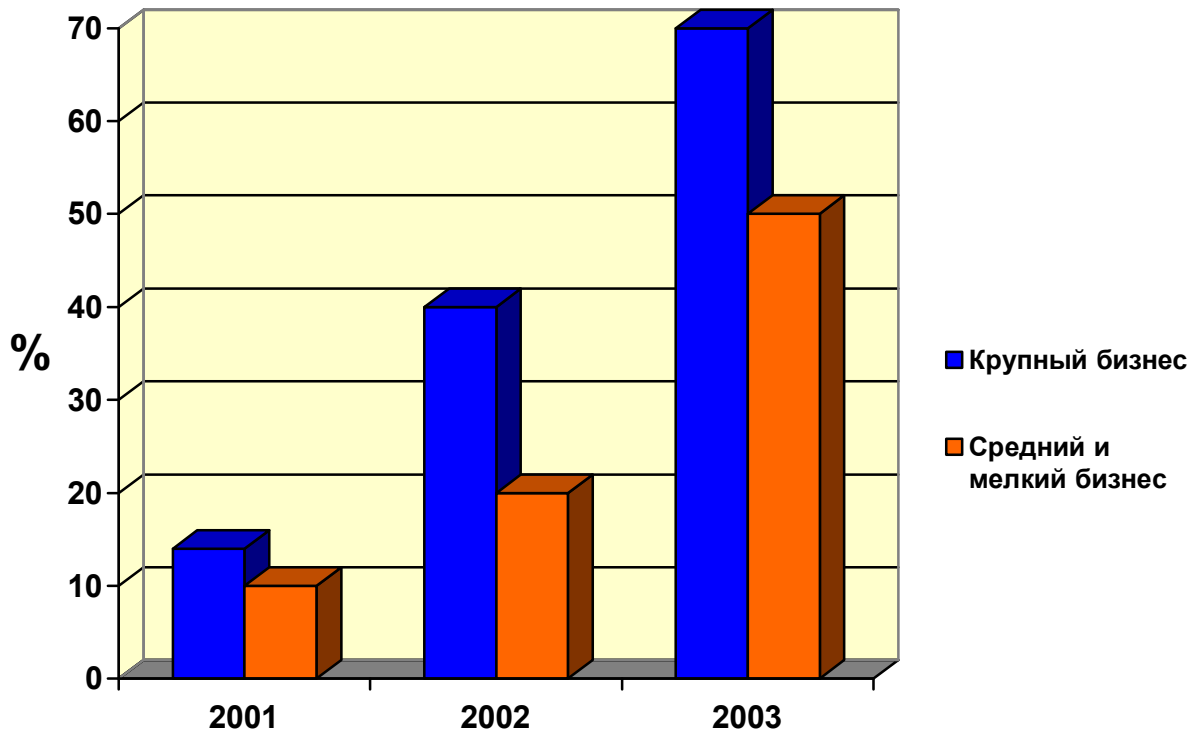
Рост рынка коммерческих call-центров сдерживается тем, что многие крупные компании из-за соображений безопасности предпочитают строить собственные call-центры.

Факторы, способствующие развитию рынка call-центров

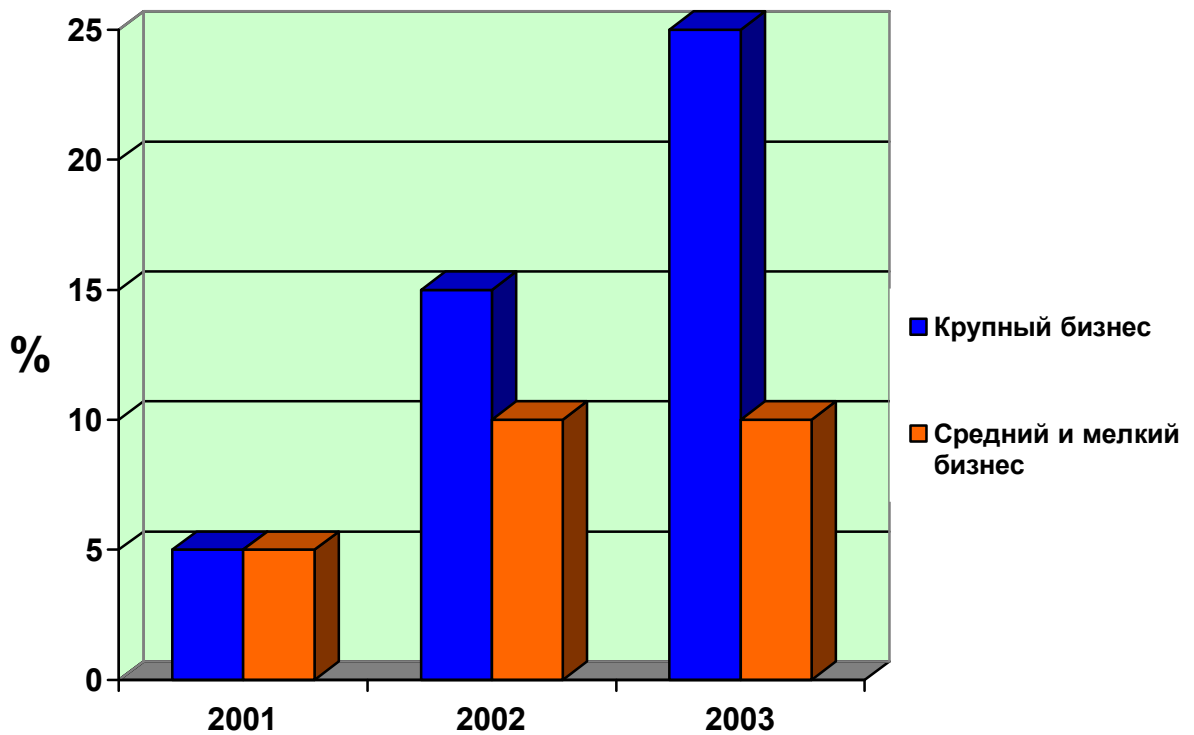


Информированность об услугах Call-центров**Информированность о Call-центрах в целом****Информированность о Call-центрах по отраслям**

Изменение информированности о Call-центрах

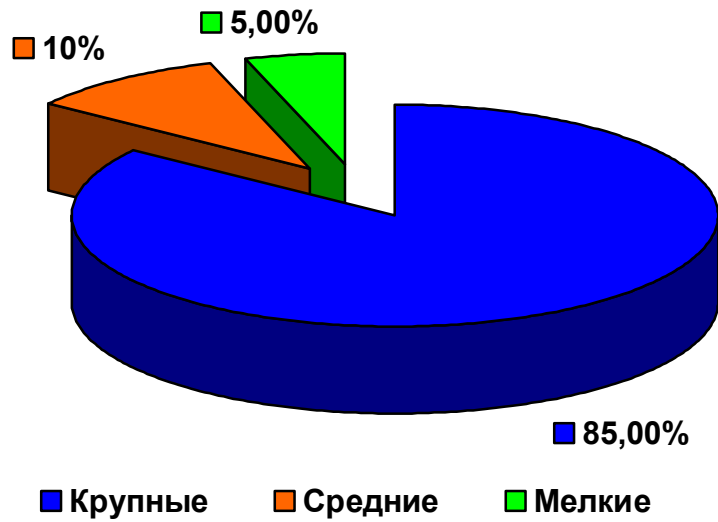


Доля полагающих, что использование услуг Call-центрах может принести прибыль

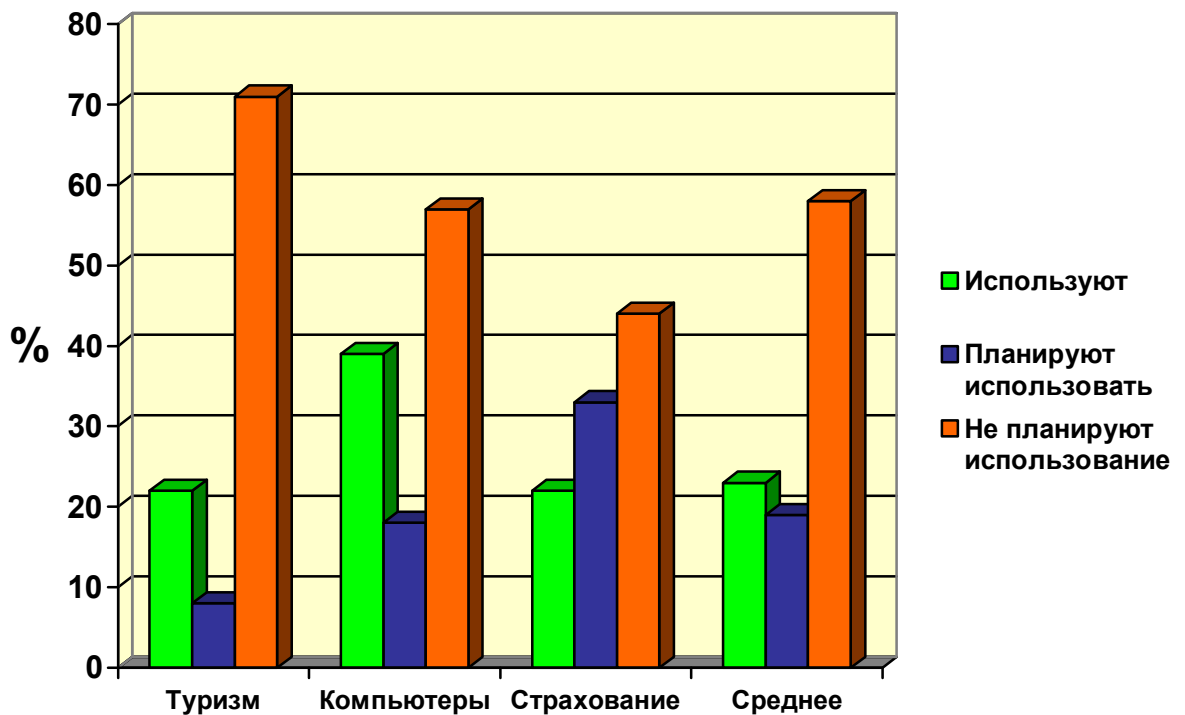


Спрос на услуги Call-центров

Структура спроса на услуги Call-центра по размерам бизнеса



Использование Call-центров

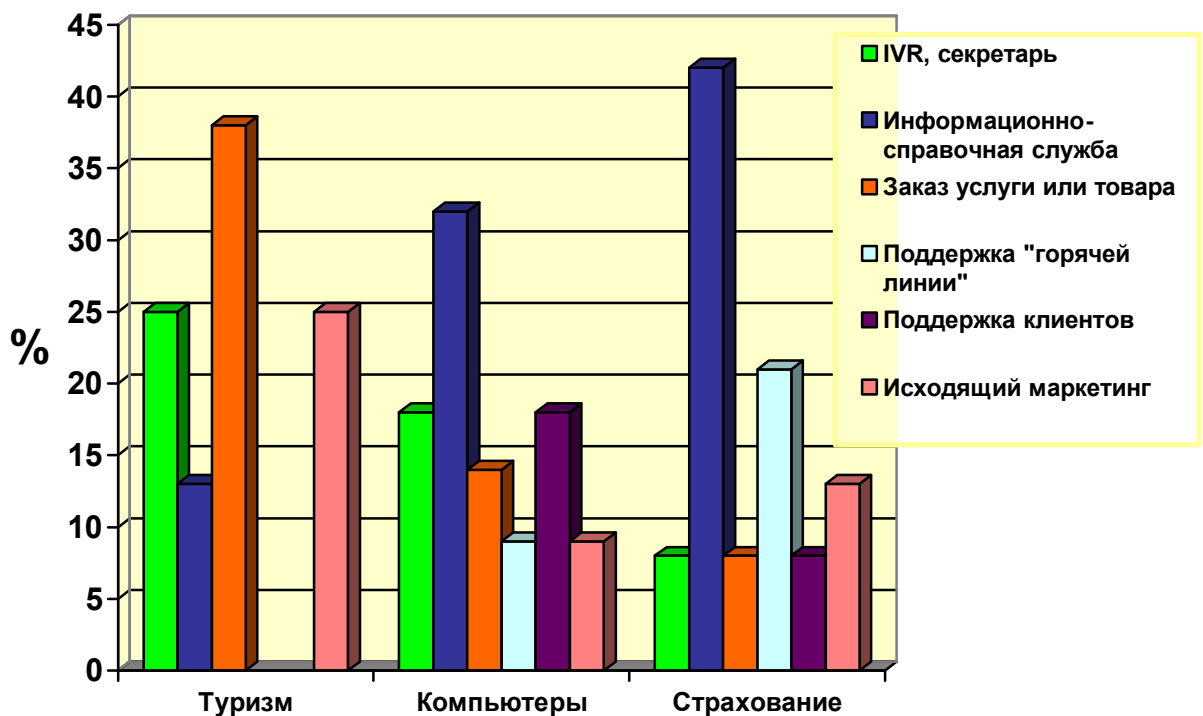


Востребованность услуг Call-центров



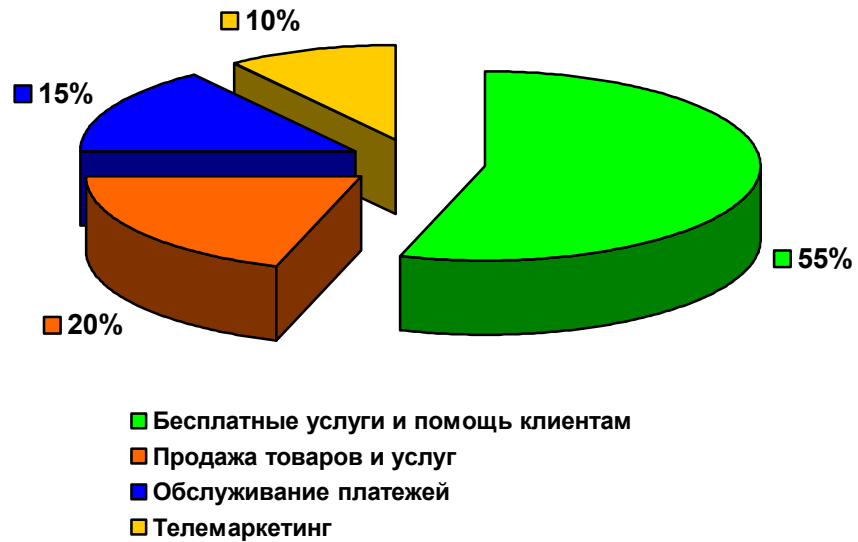
Востребованность услуг Call-центров по отраслям

Потенциальная клиентская база Call-центров делится в зависимости от маркетинговых задач.



Как правило, большинство организаций заинтересовано в поддержке информационно-справочной службы.

Основные функции большинства Call-центров (по данным мировой статистики)



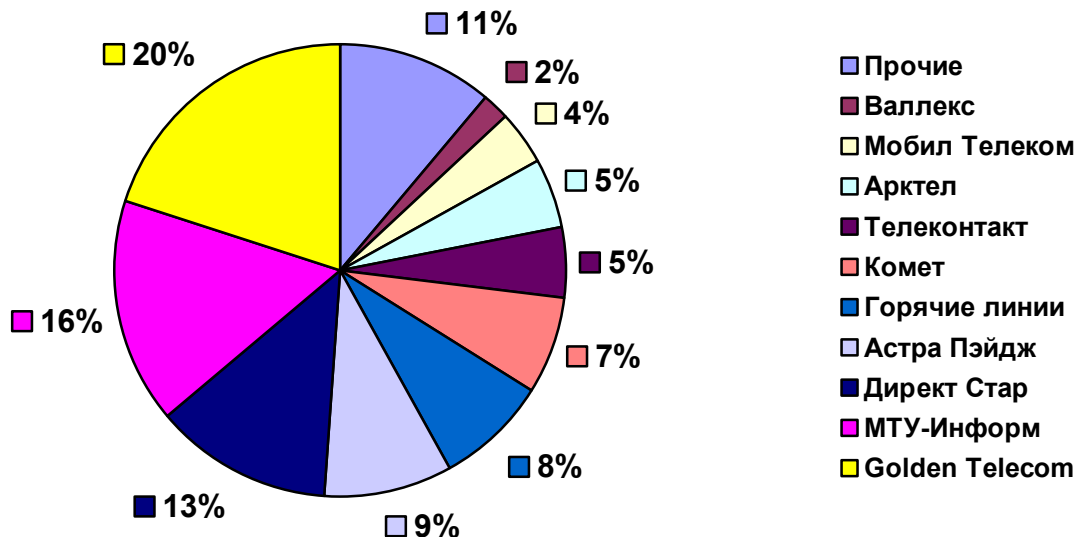
Сегментация потребителей по объему трафика и бизнесу

Конфиденциальность бизнеса	Высокая	Ограниченный аутсортинг (IVR, инфослужба)	Собственный Call-центр	Собственный Call-центр
	Низкая	Туризм Продажи Транспорт	Офисная АТС	Аутсортинг
		До 50	До 2500	Свыше 2500
		Количество вызовов в день		

3.3. Конкуренция

В настоящее время на рынке Москвы доминируют 10 call-центров.

Доли рынка услуг call-центров в Москве



Крупнейшие операторы call-центров Москвы

Компания	Кол-во операторов	Оборудование
Арктел	200	Avaya
Golden Telecom	170	Nortel, Symposium
MTU-Информ	150	Genesys
Директ Стар	120 – планируют увеличить до 250	Cisco IP Contact Centr
Астра Пэйдж	80	Avaya
Горячие линии	70	Cisco IP Contact Centr
Комет	60	Nortel, Symposium
Телеконтакт	50	Cisco IP Contact Centr
Валлекс	40	Cisco IP Contact Centr
Мобил Телеком	40	Собственная разработка на основе плат CTI Dialogic и ПО Oracle

По оценке «Коминфо Консалтинг» в настоящее время в Москве находится в стадии разработки и подготовки технической документации более 50 проектов call-центров.

Резюме к разделу

Состояние рынка и его тенденции создают предпосылки для удачной реализации проекта.

4. Инвестиционный план

Call-центр планируется реализовать на платформе медиа сервера S8500 производства Avaya (новейший продукт в каталоге Avaya позволяет строить распределенные системы с использованием телефонных и IPсетей).

Максимальное количество каналов для подключения к ТфОП – до 800

Максимальное количество абонентов – до 2400

Максимальное количество удаленных выносов до 64

Максимальное количество операторских рабочих мест Call Center до 1000.

Система рассчитана исходя из:

- Подключение к ТфОП по 3 потокам E1
- Количество лицензий операторов Call Center – 30
- Количество рабочих мест операторов с телефонными аппаратами и гарнитурами - 24
- Система интерактивного голосового меню с общим объемом записываемых голосовых сообщений 1 час
- Система управления контроля и статистики на 25 операторов
- Внешний сервер для размещения ПО аутсорсинговых информационных приложений
- ПО для создания аутсорсинговых приложений

№	Наименование	Описание	Кол-во	Стоимость USD
1	Медиа сервер S8500	Сервер S 8500	1	195 000-
		Медиа шлюз G650	1	
		Плата аналоговых телефонов 24 port	1	
		Плата цифровых телефонов 24 port	1	
		Цифровые терминалы 6416 D с дисплеем	24	
		Гарнитура с витым шнуром	24	
		Плата потока E1, G.703, 30 port	3	
		Средства СТІ	1	
		Плата C-LAN IP-сигнализации	1	
		IP сервер управления	1	
		ПО СТІ сервера	1	
		Интерфейс для музыки на удержание	1	
		Модем	2	
		Плата голосовых приветствий	1	
		Программное обеспечение CM2	1	
		Источник бесперебойного питания для S8500 на 37 минут		
ПО Call Center Elite, лицензии	30			
Документация	1			
2	Система управления и статистики CMS	ПО CMS лицензии	30	
3	Программные приложения	APM оператора		
4	Работы	Работы по монтажу, программированию и вводу в эксплуатацию		
Итого:				USD 195 000 -

Для организации дополнительных рабочих мест потребуется приобрести дополнительно:

Лицензия оператора Call-center - USD 423,38

Лицензия для системы управления и статистики CMS - USD 246.96

Телефонный аппарат - USD 262.24

Необходимая площадь

Площадь рабочего помещения рассчитывается исходя из норм (5 кв.м. на человека). На первом году работы центра необходима площадь 500 кв.м., и с учетом коэффициента 1,2 (для учета мест общего пользования) арендовать необходимо 600 кв.м.

На организацию каждого рабочего места потребуются дополнительные затраты:

Мебель - USD 150

Компьютер в комплекте USD 1000

Дополнительное оборудование: Принтер (3 шт.) USD 1200

Список этапов

Название	Дней	Дата начала	Дата окончания
Оборудование	60	01.06.2004	30.07.2004
Поставка оборудования	30	01.06.2004	30.06.2004
Монтаж наладка	30	01.07.2004	30.07.2004
Обучение программиста	30	01.07.2004	30.07.2004
Затраты на организацию 30 операторских мест	15	16.06.2004	30.06.2004
Предоставление услуги [Абонентская плата]		02.08.2004	...
Услуга [Обслуживание вызовов оператором]		02.08.2004	...
Услуга [Обслуживание выводов IVR]		02.08.2004	...
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.12.2004	15.12.2004
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.01.2005	15.01.2005
Создание дополнительных рабочих мест	15	04.02.2005	18.02.2005
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.03.2005	15.03.2005
Создание дополнительных рабочих мест	15	02.04.2005	16.04.2005
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.05.2005	15.05.2005
Создание дополнительных рабочих мест	15	02.06.2005	16.06.2005
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.07.2005	15.07.2005
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.08.2005	15.08.2005
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.10.2005	15.10.2005
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.01.2006	15.01.2006
Создание дополнительных рабочих мест	15	02.04.2006	16.04.2006
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.07.2006	15.07.2006
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.10.2006	15.10.2006
Создание дополнительных рабочих мест	15	01.01.2007	15.01.2007
Создание дополнительных рабочих мест	15	02.04.2007	16.04.2007

Стоимость этапов

Название	Дней	Стоимость USD
Оборудование	60	195 000
Поставка оборудования	30	
Монтаж наладка	30	
Обучение программиста	30	2 800
Затраты на организацию 30 операторских мест	15	13 567
Предоставление услуги [Абонентская плата]		
Услуга [Обслуживание вызовов оператором]		
Услуга [Обслуживание выводов IVR]		
Создание дополнительных рабочих мест	15	12 495
Создание дополнительных рабочих мест	15	20 825
Создание дополнительных рабочих мест	15	22 908
Создание дополнительных рабочих мест	15	22 908
Создание дополнительных рабочих мест	15	22 908
Создание дополнительных рабочих мест	15	22 908
Создание дополнительных рабочих мест	15	20 825
Создание дополнительных рабочих мест	15	20 825
Создание дополнительных рабочих мест	15	31 238
Создание дополнительных рабочих мест	15	31 238
Создание дополнительных рабочих мест	15	24 990
Создание дополнительных рабочих мест	15	24 990
Создание дополнительных рабочих мест	15	24 990
Создание дополнительных рабочих мест	15	24 990
Создание дополнительных рабочих мест	15	24 990
Создание дополнительных рабочих мест	15	16 660

5. Операционный план**План сбыта****Ценообразование**

Продукт/Вариант	Ед.изм.	Цена(\$ US)
Абонентская плата	Клиент*месяц	320,000
Обслуживание вызовов оператором	вызов	0,490 ¹
Обслуживание выводов IVR	вызов	0,030 ²

¹ – по статистике стоимость вызовов колеблется в интервале 0,5...2 USD, проект рассчитан по нижней границе ценового диапазона.

² – исходя из средней длительности IVR (1...1,2 мин)

Производство**Суммарные прямые издержки**

Наименование	Ед. изм.	(\$ US)
Абонентская плата	Клиент*месяц	100,00
Обслуживание вызовов оператором	вызов	0,02
Обслуживание выводов IVR	вызов	0,02

Общие издержки

Название	Сумма (\$ US)	Платежи
Управление		
Офисные расходы	500,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Производство		
Техобслуживание	700,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Непредвиденные расходы	20 000,00	с 3 по 3 мес.
Аренда помещения	69 450,00	Ежеквартально, весь проект
Коммунальные платежи	3 000,00	Ежеквартально, весь проект
Арендный залог	69 450,00	с 2 по 2 мес.
Маркетинг		
Расходы на маркетинг	10 000,00	Ежемесячно, весь период пр-ва

Арендная плата рассчитывается по ставке USD 463- кв.м.год
Кроме того арендодателю необходимо внести залог за 3 месяца

План по персоналу

Должность	Кол-во	Зарплата (\$ US)	Платежи
Управление			
Директор-аналитик	1	3 000,00	Ежемесячно, весь проект
Бухгалтер	1	600,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Менеджер по персоналу	1	400,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Секретарь	1	500,00	Ежемесячно, весь проект
Производство			
Инженер-програмист	1	1 000,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Оператор	7	500,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Оператор	2	500,00	Ежемесячно, с 5 по 36 мес.
Оператор	4	500,00	Ежемесячно, с 6 по 36 мес.
Оператор	6	500,00	Ежемесячно, с 7 по 36 мес.
Оператор	8	500,00	Ежемесячно, с 8 по 36 мес.
Оператор	9	500,00	Ежемесячно, с 9 по 36 мес.
Оператор	10	500,00	Ежемесячно, с 10 по 36 мес.
Оператор	11	500,00	Ежемесячно, с 11 по 36 мес.
Оператор	11	500,00	Ежемесячно, с 12 по 36 мес.
Оператор	11	500,00	Ежемесячно, с 13 по 36 мес.
Оператор	11	500,00	Ежемесячно, с 14 по 36 мес.
Оператор	10	500,00	Ежемесячно, с 15 по 36 мес.
Оператор	10	500,00	Ежемесячно, с 16 по 36 мес.
Оператор	8	500,00	Ежемесячно, с 17 по 36 мес.
Оператор	7	500,00	Ежемесячно, с 18 по 36 мес.
Оператор	6	500,00	Ежемесячно, с 19 по 36 мес.
Оператор	5	500,00	Ежемесячно, с 20 по 36 мес.
Оператор	4	500,00	Ежемесячно, с 21 по 36 мес.
Оператор	4	500,00	Ежемесячно, с 22 по 36 мес.
Оператор	4	500,00	Ежемесячно, с 23 по 36 мес.
Оператор	4	500,00	Ежемесячно, с 24 по 36 мес.
Оператор	48	500,00	Ежемесячно, с 25 по 36 мес.
Охрана	3	500,00	Ежемесячно, весь период пр-ва
Маркетинг			
Менеджер	3	800,00	Ежемесячно, весь период пр-ва

Всего : 211 чел.

Максимальный фонд заработной платы (без ЕСН) 109 400,00 \$ US

Задержка выплаты 20 дней

Планируемый объем предоставляемых услуг

Продукт/Вариант	Ед. изм.	6.2004	7.2004	8.2004	9.2004	10.2004	11.2004	12.2004
Абонентская плата	клиент*месяц ¹			1,00	1,00	2,00	2,00	3,00
Обслуживание вызовов оператором	вызов	Подготовительный период		20 500,00	30 240,00	38 880,00	56 160,00	82 080,00
Обслуживание выводов IVR	вызов			100 400,00	151 200,00	194 400,00	280 800,00	410 400,00

Продукт/Вариант	1.2005	2.2005	3.2005	4.2005	5.2005	6.2005	7.2005
Абонентская плата	5,00	6,00	8,00	10,00	12,00	14,00	16,00
Обслуживание вызовов оператором	116 640,00	155 520,00	198 720,00	246 240,00	293 760,00	341 280,00	388 800,00
Обслуживание выводов IVR	583 200,00	777 600,00	993 600,00	1 231 200,00	1 468 800,00	1 706 400,00	1 944 000,00

Продукт/Вариант	8.2005	9.2005	10.2005	11.2005	12.2005	2006 год	1-5.2007
Абонентская плата	18,00	20,00	21,00	23,00	24,00	341,00	173,00
Обслуживание вызовов оператором	432 000,00	475 200,00	509 760,00	540 000,00	565 920,00	8 190 720,00	4 147 200,00
Обслуживание выводов IVR	2 160 000,00	2 376 000,00	2 548 800,00	2 700 000,00	2 829 600,00	40 953 600,00	20 736 000,00

¹ Единица измерения «клиент*месяц» означает количество арендных плат (клиентов) умноженное на количество месяцев в периоде

6. Финансирование

Для реализации проекта планируется использовать собственный капитал.

Инвестиции

Акционер	Дата	Сумма
Инвестиции учредителей	01.06.2004	290 000,00
Инвестиции учредителей	01.07.2004	100 000,00
Инвестиции учредителей	01.09.2004	100 000,00
Инвестиции учредителей	01.12.2004	100 000,00

7. Результаты**Прибыли-убытки USD**

Строка	6.2004	3кв. 2004г.	4кв. 2004г.	1кв. 2005г.	2кв. 2005г.	3кв. 2005г.
Валовый объем продаж		27 940	97 528	259 289	485 212	714 749
Чистый объем продаж		27 940	97 528	259 289	485 212	714 749
Материалы и комплектующие		5 282	18 526	49 267	92 209	135 857
Суммарные прямые издержки		5 282	18 526	49 267	92 209	135 857
Валовая прибыль		22 658	79 002	210 022	393 004	578 892
Налог на имущество	5	238	225	267	324	372
Административные издержки		845	1 264	1 264	1 264	1 266
Производственные издержки	61 398	137 536	63 168	63 168	63 168	63 171
Маркетинговые издержки		16 902	25 281	25 281	25 281	25 321
Зарплата административного персонала	3 915	16 611	18 185	18 185	18 185	18 219
Зарплата производственного персонала		14 802	36 345	80 421	143 715	208 960
Зарплата маркетингового персонала		5 921	9 699	9 699	9 699	9 717
Суммарные постоянные издержки	65 314	192 617	153 942	198 018	261 312	326 653
Амортизация		6 617	9 584	11 412	13 363	16 358
Суммарные непроизводственные издержки		6 617	9 584	11 412	13 363	16 358
Убытки предыдущих периодов		1 606	6 001	8 140	8 769	8 663
Прибыль до выплаты налога	-65 319	-178 419	-90 751	-7 815	109 236	226 847
Прибыль от курсовой разницы		0	-2	-7	-14	-16
Налогооблагаемая прибыль	-65 319	-178 419	-90 753	-7 821	109 222	226 831
Налог на прибыль				5 596	26 213	54 439
Чистая прибыль	-65 319	-178 419	-90 753	-13 418	83 009	172 392

Прибыли-убытки USD

Строка	4кв. 2005г.	2006 год	1-5.2007
Валовый объем продаж	891 122	4 454 334	2 281 215
Чистый объем продаж	891 122	4 454 334	2 281 215
Материалы и комплектующие	169 404	846 644	433 601
Суммарные прямые издержки	169 404	846 644	433 601
Валовая прибыль	721 718	3 607 690	1 847 614
Налог на имущество	391	1 536	643
Административные издержки	1 266	4 990	2 105
Производственные издержки	63 171	248 865	63 945
Маркетинговые издержки	25 321	99 791	42 097
Зарплата административного персонала	18 219	71 807	30 294
Зарплата производственного персонала	260 052	1 443 986	690 035
Зарплата маркетингового персонала	9 717	38 297	16 157
Суммарные постоянные издержки	377 745	1 907 737	844 633
Амортизация	17 959	72 204	30 716
Суммарные непроизводственные издержки	17 959	72 204	30 716
Убытки предыдущих периодов	8 558	32 757	13 428
Прибыль до выплаты налога	317 065	1 593 457	958 193
Прибыль от курсовой разницы	-21	-96	-45
Налогооблагаемая прибыль	317 044	1 593 360	958 149
Налог на прибыль	76 091	382 406	229 956
Чистая прибыль	240 954	1 210 954	728 193

Отчет о движении денежных средств (USD) Кэш-фло

Строка	6.2004	7.2004	8.2004	9.2004	10.2004	11.2004	12.2004	1.2005	2.2005
Поступления от продаж		446	13 587	19 869	25 892	37 146	54 250	77 090	102 396
Затраты на материалы и комплектующие			2 437	3 688	4 831	6 870	10 046	14 359	19 107
Суммарные прямые издержки			2 437	3 688	4 831	6 870	10 046	14 359	19 107
Общие издержки	72 450	89 450	11 200	83 650	11 200	11 200	83 650	11 200	11 200
Затраты на персонал	1 167	3 487	6 620	12 852	13 185	14 515	16 840	20 162	24 314
Суммарные постоянные издержки	73 617	92 937	17 820	96 502	24 385	25 715	100 490	31 362	35 514
Налоги	415	1 247	2 357	4 575	4 930	5 167	5 995	7 402	10 158
Кэш-фло от операционной деятельности	-74 032	-93 738	-9 028	-84 897	-8 254	-606	-62 282	23 967	37 616
Затраты на приобретение активов	208 567	2 800					12 495	20 825	22 908
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	-208 567	-2 800					-12 495	-20 825	-22 908
Собственный (акционерный) капитал	290 000	100 000		100 000			100 000		
Кэш-фло от финансовой деятельности	290 000	100 000		100 000			100 000		
Баланс наличности на начало периода		7 359	10 761	1 724	16 732	8 430	7 781	32 818	35 758
Баланс наличности на конец периода	7 401	10 822	1 733	16 827	8 478	7 825	33 004	35 960	50 466

Отчет о движении денежных средств (USD) Кэш-фло

Строка	3.2005	4.2005	5.2005	6.2005	7.2005	8.2005	9.2005	10.2005	11.2005
Поступления от продаж	130 776	161 829	192 881	223 934	254 895	283 183	311 276	333 633	353 524
Затраты на материалы и комплектующие	24 474	30 359	36 261	42 164	48 066	53 467	58 851	63 133	66 979
Суммарные прямые издержки	24 474	30 359	36 261	42 164	48 066	53 467	58 851	63 133	66 979
Общие издержки	83 650	11 200	11 200	83 650	11 200	11 200	83 650	11 200	11 200
Затраты на персонал	28 964	34 112	39 591	45 071	50 601	55 920	60 906	65 559	69 382
Суммарные постоянные издержки	112 614	45 312	50 791	128 721	61 801	67 120	144 556	76 759	80 582
Налоги	14 413	12 409	24 505	29 682	20 552	57 145	73 190	60 636	87 678
Кэш-фло от операционной деятельности	-20 725	73 749	81 324	23 369	124 476	105 451	34 679	133 105	118 285
Затраты на приобретение активов	22 908	22 908	22 908	20 825	20 825	31 238		31 238	
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	-22 908	-22 908	-22 908	-20 825	-20 825	-31 238		-31 238	
Собственный (акционерный) капитал									
Кэш-фло от финансовой деятельности									
Баланс наличности на начало периода	50 183	6 513	57 031	114 798	116 865	219 621	292 642	325 993	426 123
Баланс наличности на конец периода	6 549	57 353	115 447	117 341	220 516	293 835	327 321	427 859	544 408

Отчет о движении денежных средств (USD) Кэш-фло

Строка	12.2005	2006 год	1-5.2007
Поступления от продаж	370 330	5 355 700	2 692 259
Затраты на материалы и комплектующие	70 207	1 016 140	514 722
Суммарные прямые издержки	70 207	1 016 140	514 722
Общие издержки	83 650	424 200	128 450
Затраты на персонал	72 706	1 147 069	545 810
Суммарные постоянные издержки	156 356	1 571 269	674 260
Налоги	98 046	1 349 677	696 731
Кэш-фло от операционной деятельности	45 721	1 418 615	806 546
Затраты на приобретение активов		99 960	41 650
Кэш-фло от инвестиционной деятельности		-99 960	-41 650
Собственный (акционерный) капитал			
Кэш-фло от финансовой деятельности			
Баланс наличности на начало периода	542 199	585 534	1 850 474
Баланс наличности на конец периода	587 920	1 856 532	2 586 314

БАЛАНС (USD)

Строка	6.2004	3кв. 2004г.	4кв. 2004г.	1кв. 2005г.	2кв. 2005г.	3кв. 2005г.
Денежные средства	7 401	16 827	33 004	6 549	117 341	327 321
Краткосрочные предоплаченные расходы	13 116	66 076	68 550	55 374	7 189	290
Суммарные текущие активы	20 517	82 902	101 554	61 924	124 531	327 611
Основные средства	11 498	176 134	183 768	234 586	286 800	327 194
Накопленная амортизация		6 617	16 090	24 963	37 907	53 805
Остаточная стоимость основных средств:	11 498	169 517	167 679	209 623	248 893	273 389
Оборудование	11 498	167 405	166 410	209 623	248 893	273 389
Предоплаченные расходы		2 112	1 269			
Инвестиции в основные фонды	195 000					
СУММАРНЫЙ АКТИВ	227 014	252 419	269 233	271 547	373 424	601 000
Отсроченные налоговые платежи						37 449
Счета к оплате	2 333	8 721	12 928	22 395	33 965	44 834
Полученные авансы		721	2 154	4 542	7 174	9 406
Суммарные краткосрочные обязательства	2 333	9 442	15 082	26 937	41 139	91 689
Капитал внесенный сверх номинала	290 000	484 015	575 897	566 237	556 740	549 991
Нераспределенная прибыль	-65 319	-241 037	-321 746	-321 628	-224 455	-40 680
Суммарный собственный капитал	224 681	242 978	254 150	244 610	332 285	509 311
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	227 014	252 419	269 233	271 547	373 424	601 000

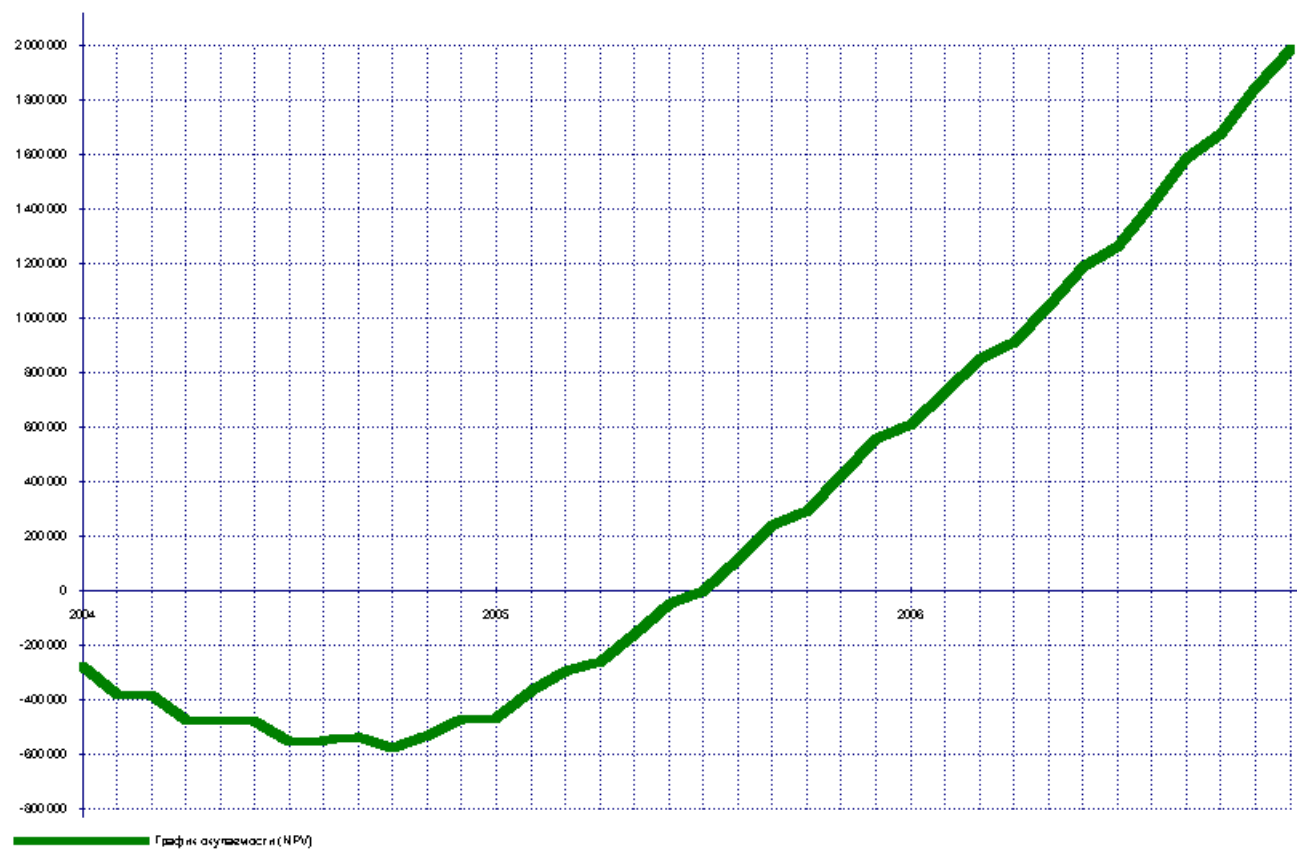
БАЛАНС (USD)

Строка	4кв. 2005г.	2006 год	1-5.2007
Денежные средства	587 920	1 856 532	2 586 314
Краткосрочные prepaid расходы	345	474	511
Суммарные текущие активы	588 265	1 857 006	2 586 825
Основные средства	349 486	417 262	445 474
Накопленная амортизация	71 112	140 255	168 697
Остаточная стоимость основных средств:	278 374	277 007	276 777
Оборудование	278 374	277 007	276 777
Prepaid расходы			
Инвестиции в основные фонды			
СУММАРНЫЙ АКТИВ	866 639	2 134 014	2 863 602
Отсроченные налоговые платежи	50 956	79 345	113 574
Счета к оплате	52 197	76 044	76 286
Полученные авансы	10 839	14 669	
Суммарные краткосрочные обязательства	113 991	170 058	189 859
Капитал внесенный сверх номинала	543 323	519 932	511 504
Нераспределенная прибыль	209 324	1 444 024	2 162 238
Суммарный собственный капитал	752 647	1 963 956	2 673 742
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	866 639	2 134 014	2 863 602

Финансовые показатели

Строка	6-12.2004	2005 год	2006 год	1-5.2007
Коэффициент текущей ликвидности (CR), %	764	365	791	1 171
Коэффициент срочной ликвидности (QR), %	764	365	791	1 171
Чистый оборотный капитал (NWC), руб.	1 704 036	5 597 399	35 931 948	69 356 430
Чистый оборотный капитал (NWC), \$ US	58 621	181 506	1 117 057	2 102 307
Коэфф. оборачиваем. кредиторской задолж. (CPR)	70	29	29	27
Коэфф. оборачиваем. рабочего капитала (NCT)	4	13	4	3
Коэфф. оборачиваем. основных средств (FAT)	1	10	16	20
Коэфф. оборачиваем. активов (TAT)	1	5	3	2
Суммарные обязательства к активам (TD/TA), %	4	14	10	8
Суммарные обязательства к собств. кап. (TD/EQ), %	4	16	12	8
Коэфф. рентабельности валовой прибыли (GPM), %	81	81	81	81
Коэфф. рентабельности операц. прибыли (OPM), %	-265	28	36	42
Коэфф. рентабельности чистой прибыли (NPM), %	-265	21	27	32
Рентабельность оборотных активов (RCA), %	-854	194	96	76
Рентабельность внеоборотных активов (RFA), %	-331	198	434	623
Рентабельность инвестиций (ROI), %	-239	98	79	68
Рентабельность собственного капитала (ROE), %	-248	114	88	74

График окупаемости

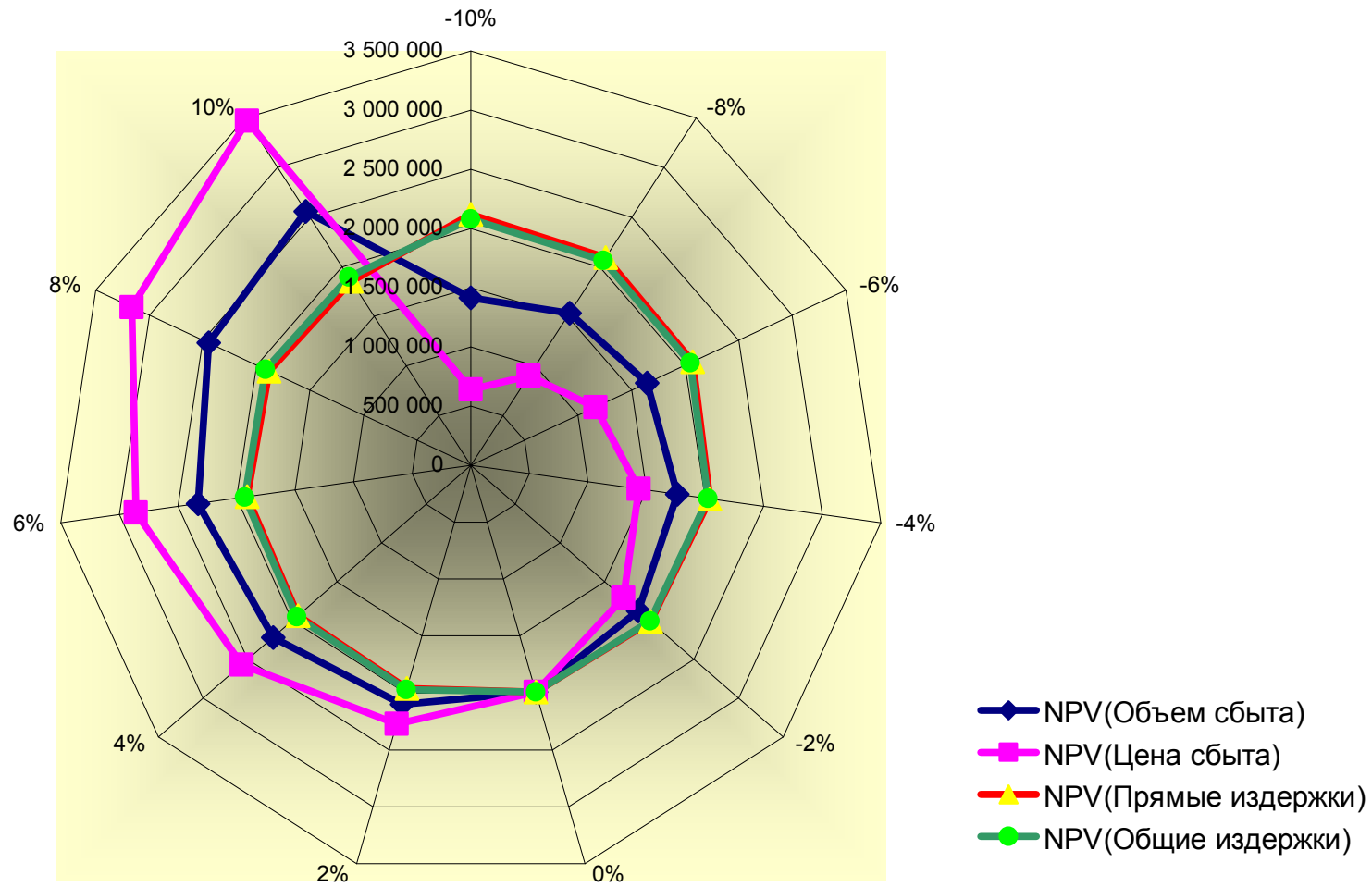


Анализ безубыточности

Продукт	Ед.изм	3кв. 2004г.	4кв. 2004г.	1кв. 2005г.	2кв. 2005г.	3кв. 2005г.	4кв. 2005г.
Абонентская плата	клиент* месяц	3,87	5,65	7,46	9,90	12,60	14,67
Обслуживание вызовов оператором	вызов	75 516,23	103 365,26	132 339,13	173 574,66	216 368,53	249 567,16
Обслуживание выводов IVR	вызов	1 081 685,48	1 487 739,93	1 904 761,87	2 498 266,38	3 113 881,96	3 591 662,19

Продукт	1кв. 2006г.	2кв. 2006г.	3кв. 2006г.	4кв. 2006г.	1кв. 2007г.	4-5.2007
Абонентская плата	15,59	17,47	20,28	20,18	20,22	18,00
Обслуживание вызовов оператором	269 963,78	300 884,93	347 523,28	347 624,28	347 659,81	308 882,26
Обслуживание выводов IVR	3 885 201,45	4 330 205,29	5 001 144,73	5 002 598,25	5 003 109,53	4 445 068,80

Анализ чувствительности NPV



Бизнес-план разработан:

ООО "Штоллер Консалтинг"

115569, Москва, Шипиловская ул. 17, корп.3

Тел./факс: (495) 760-5134

e-mail: teo@teo.ru

<http://www.teo.ru>