

# Бизнес план компьютерного клуба

## Содержание

Введение .....	4
1. Резюме .....	5
2. Стратегия маркетинга .....	7
Основная идея проекта .....	7
Анализ потребителей и сегментации рынка .....	9
Анализ конкурентов и определение конкурентной политики .....	10
Выбор связи «продукт-рынок» .....	12
Определение маркетингового комплекса .....	13
Продукт и политика продукта .....	13
Цена и ценовая политика .....	13
Продвижение продукта на рынок .....	14
Анализ каналов сбыта .....	14
3. План производства .....	16
Сырьё и поставки .....	16
Анализ месторасположения предприятия .....	16
Организационная структура, управление предприятием и планирование трудовых ресурсов .....	17
Составление карты осуществления проекта .....	17
4. Юридический план .....	19
5. Финансовый план .....	20
6. Программа инвестирования .....	27
7. Охрана окружающей среды .....	28
8. Оценка риска и страхование .....	29
9. Показатели эффективности проекта .....	31
Выводы .....	32
Литература .....	34

### ***Введение.***

Бизнес-план – это документ, отражающий основные стороны деятельности предприятия: производственные, коммерческие, социальные. Бизнес-план составляется на два-три года с разбивкой по годам, а первый год по месяцам, регулярно корректируется в зависимости от развития конъюнктуры рынка и, таким образом, адаптируется к существующей рыночной среде. Составление бизнес-плана позволяет избежать возможных ошибочных решений из-за некомпетентности предпринимателя. В результате разработки бизнес-плана выявляются и оцениваются внутренний и внешний риски.

При выполнении курсовой работы мы овладели субъективными элементами достижения предпринимательского успеха.

В данной курсовой работе рассмотрены научно-методические и практические основы разработки бизнес-плана предприятия.

## *1. Резюме.*

Данный бизнес-план предлагает проект открытия Компьютерного клуба в г.Мене. Параллельно с предоставлением игровых услуг (различные компьютерные игры с возможностью игры по локальной сети или через Интернет, просмотр фильмов) предполагается предоставление компьютерных - таких как: распечатка, сканирование, набор текста, ксерокопия, работа в Интернете. В будущем планируется превратить Интернет клуб в Интернет кафе.

Предполагается, что основными клиентами станут школьники средних и старших классов, а также студенты. Для удовлетворения запросов посетителей будут установлены современные компьютеры, в игровом плане будут представлены: лучшие и новейшие компьютерные игры, возможность игры по локальной сети, наушники с микрофоном для общения между собой, удобное время работы (круглосуточно), возможен заказ клуба на определенное время.

По расчетам, приведенным ниже, следует, что для открытия данного типа заведения требуется начальный капитал в размере 60 000 грн. Что учитывает все работы по закупке оборудования, аренды помещения, проведения ремонтных работ, начальной рекламной кампании, обеспечение платежей для начала работы.

Срок окупаемости данного проекта составляет менее одного года. Данные о затратах и прибыли в ближайшие три года сведём в таблицу 1.

Таблица 1. – Затраты и прибыль.

Статья	2004	2005	2006
Затраты	60000,00	140000,00	135000,00
Балансовая прибыль	0,00	84644,00	108685,00
Чистая прибыль	0,00	63483,00	81513,75
Доля инвестора	0,00	26663,00	34236,00

Прибыль будет использоваться для повышения устойчивости финансового положения предприятия, для повышения затрат на улучшение

конкурентоспособности, выплаты процентов инвестору. Необходимый состав рабочих: директор, по совместительству бухгалтер, 4 администратора, 4 системных оператора. Средняя заработная плата рабочего составляет 350 грн. Плюс премиальные и надбавки за ночную работу, работу в выходные и праздничные дни.

Предпочтительная организационно-правовая форма реализации проекта – ООО.

Для реализации проекта будут использоваться собственные средства в размере 35000, а также привлечённые, средства инвестора (партнёра) – 25000. Данный проект является очень перспективным, но, как и любой реальный проект имеет определённый риск. Привлечение партнёра повышает вероятность успеха и одновременно понижает вероятность риска.

Интернет кафе будет расположено в центре города, что очень удобно для клиентов. Для размещения данного предприятия планируется снять подвальное помещение, это гарантирует сравнительно низкую арендную плату. В будущем планируется выкупить данное помещение.

Поскольку данное предприятие предоставляет услуги не только в качестве игрового компьютерного клуба, но и как интернетпровадер и предоставление компьютерных услуг, таких как: распечатка, ксерокс, набор и редактирование текста, сканирование, а также видео и аудио сервис, что позволит привлечь, в качестве потребителей данного продукта не только «геймеров» но и людей использующих компьютер и Интернет в рабочих, научных, исследовательских и других целях.

На сегодняшний день компьютерный клуб, тем более оборудованный самым современным и качественным оборудованием, программным обеспечением, новыми и современными играми, будет пользоваться огромным спросом и, соответственно, приносить большие прибыли.

Таким образом, данный компьютерный центр обеспечит удовлетворение широкого спектра потребностей народонаселения города Мены.

## ***2. Стратегия маркетинга.***

Маркетинг, прежде всего – это философия бизнеса, в которой внимание концентрируется на проблемах, потребностях и желаниях существующих и потенциальных групп потребителей, которые ставятся в центр деятельности фирмы.

Это эффективная организация всех производственных и сбытовых мероприятий, анализ рынка, стайлинг товара, определение характера упаковки, выбор товарной марки, фиксирование цены, планирование и организация сбыта, реклама, то есть создание рынков сбыта.

### ***2.1. Основная идея проекта (обзор продукции).***

Сегодня на рынке нельзя не заметить тенденцию возрастания спроса на виртуальные средства развлечения. Существующий рынок персональных компьютеров не может в полной мере удовлетворить эти возрастающие потребности. Компьютерный клуб дает возможность работать с новинками, быстро отыскать нужную информацию, облегчает общение на расстоянии, помогает расслабиться при просмотре фильма, прослушивании музыки или просто играя.

Так же наше Интернет кафе предполагает ещё и такие услуги как распечатка, ксерокс, набор и редактирование текста, сканирование.

Главной целью нашего проекта есть:

1. Создание серьезного и мощного Интернет клуба;
2. Превращение Интернет клуба в Интернет кафе;
3. Создание объективной предпосылки для дальнейшего развития:
  - расширение услуг;
  - расширение географического предоставления услуг;
  - обеспечение окупаемости;
  - получение максимальной прибыли;
  - предоставление полного комплекса услуг.

Основной нашей задачей есть вхождение в число наиболее крупных Интернет кафе области.

В нашем компьютерном клубе предполагается установить 20 компьютеров такой конфигурации (таблица 2).

Таблица 2. - Комплектующие материалы

№ п/п	Наименование	Производитель	Характеристика
1	Материнская плата	AMD	MB AOpen AK79D-400VN w/LAN
2	Монитор	Samsung	17" SAMSUNG 753 DFX
3	Память	IBM	DDR 512 PC2700
4	Винчестер	Maxtor	HDD 120 Gb
5	Видеокарта	SVGA	SVGA HIS R9000PRO128 VIVO
6	Процессор	AMD	AMD XP2100+ Athlon
7	Корпус	MIDDLE	ATX 300W
8	Дисковод	Mitsumi	FDD3,5"
9	CD-ROM	LG	24x10x40
11	Клавиатура, коврик, мышь		
12	Сетевое оборудование	LANTECH	LANTECH SM-8TP, 8Port 10/100 Base-TX Switch Module

Стоимость такого ПК составит порядка 350 долларов по ценам фирмы Ingres Line. Покупка 20 таких машин обойдется:

$$350 * 20 = 7000 \text{ долларов, или}$$

$$350 * 20 * 5,33 = 37310 \text{ грн.}$$

Мы также предполагаем покупку 20 компьютерных столов и 30 стульев. Их стоимость составит:

Стулья:  $30 * 150 = 4500 \text{ грн.}$

Столы:  $20 * 300 = 6000 \text{ грн.}$

Данные занесём в таблицу 7.

Как Интернет-провайдер будем использовать Укртелеком.

В качестве помещения для центра будем снимать подвальное помещение с последующей возможностью выкупа. Аренда подвального помещения составит 20 дол. в месяц. Ремонт этого помещения составит 300 дол. Все затраты на помещение предоставлены в таблице 8.

Для обслуживания данного центра необходимо 4 системных оператора, 4 администратора, при необходимости возможно привлечение дополнительной рабочей силы. Их начальная заработная плата составит 350 грн. При необходимости возможно привлечение дополнительной рабочей силы. Затраты на заработную плату в период 1 месяц предоставлены в таблице 4.

Годовой ФОТ равен:

$$3400 * 12 = 40800 \text{ грн.}$$

Затраты на электроэнергию составят:

Суммарная мощность компьютеров рассчитывается по формуле:

$$\sum W_{\text{встан}} = \sum P_{\text{мех}} \cdot N_{\text{встан}}, \text{ где:}$$

$P_{\text{мех}}$  - число механизированных рабочих мест, единиц;

$N_{\text{встан}}$  - средняя мощность единицы электрооборудование = 0,6 кВт.

Таким образом суммарная мощность установленных компьютеров составит:

$$\sum W_{\text{встан}} = 20 \cdot 0,06 = 1,2 \text{ кВт}$$

Цена одного киловаттчаса составляет 0,30 грн. Затраты на энергию составят:

$$C_{\text{енрг}}^{\text{мех}} = 1,2 * 20 * 30 * 12 * 0,30 = 2500 \text{ грн}$$

Из этих расчётов – годовые затраты на электроэнергию составят 2500 грн.

## ***2.2. Анализ потребителей и сегментации рынка.***

В нашем компьютерном клубе будут предоставлены различные услуги: компьютерные игры с возможностью игры по локальной сети и через Интернет, просмотр фильмов, прослушивание музыки. Будет установлено множество программ для работы в разных отраслях. Также будут предоставлены услуги: распечатка, сканирование, набор и редактирование текста, ксерокопия.



Мы рассчитываем, что основными клиентами станут школьники и студенты. Также предполагается что наш Интернет-клуб будет пользоваться популярностью и у старшего поколения.

Для удовлетворения запросов потребителей будут установлены современные компьютеры, новейшие программы, в игровом плане будут предоставлены лучшие компьютерные игры, возможность игры по локальной сети и через Интернет, наушники с микрофоном для общения между собой, удобное время работы, возможность заказа клуба на определённое время. Поскольку наше предприятие предоставляет услуги не только в качестве игрового компьютерного клуба, но и как Интернет-провайдер, и предоставление компьютерных услуг таких как: распечатка, ксерокс, набор и редактирование текста, сканирование, а так же видео и аудио сервис, что позволит привлечь в качестве потребителей данного продукта не только «геймеров», но и людей, использующих компьютер и Интернет в рабочих, научных, исследовательских и других целях.

Таким образом, данный компьютерный центр обеспечит удовлетворение широкого спектра потребителей народонаселения города Мены.

### ***2.3. Анализ конкурентов и определение конкурентной политики.***

В данный момент в Мене действует один компьютерно-игровой центр «Дюна». Это сравнительно молодой центр, но с немного устаревшим оборудованием, зато неплохим сервисом обслуживания. Простой компьютеров во время каникул в учебных заведениях совсем не наблюдается. Заказ машин проводится на несколько дней вперёд. В учебное время года простой компьютеров наблюдается только в первой половине дня и то не более чем на 10–15%.

Получив определённую информацию, с помощью наблюдений и опроса жителей города, мы можем с уверенностью сказать, что одно заведение такого плана как наше Интернет кафе не способно удовлетворить растущий спрос на данный вид услуг, поэтому открытие ещё одного компьютерного клуба не вызовет практически никакой конкуренции.

К результатам анализа конкуренции можно также добавить отсутствие рекламы как их продукции так и самого компьютерного клуба. Опросы постоянных посетителей показали, что многие из них хотели бы чтобы время работы было продлено, в идеале центр должен работать круглосуточно. Это является одной из слабых сторон конкурентов, на предлагаемом предприятии время работы круглосуточно, поэтому есть возможность заказать места на всю ночь. Плохо влияет на посещение постоянство репертуара игр и фильмов. В нашем центре планируется обновление репертуара каждую неделю, кроме того ведение списка наиболее популярных игр, для их постоянного обновления и поддержки. Возможности техники установленной в центре позволяют устанавливать на один компьютер более 50 игр и около 25 фильмов.

В нашем клубе предусмотрены различные скидки и проведение лотерей для посетителей клуба.

Таким образом можно сделать вывод по основным недостаткам конкурентов. Это: завышенные цены, отсутствие рекламы, неспособность удовлетворить возрастающий спрос на данный вид услуг.

Рассмотрим по подробней сильные и слабые стороны нашего Интернет клуба (таблица 3).

Таблица 3. – Сильные и слабые стороны Интернет клуба

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>- месторасположения</li> <li>- возможность предоставления в будущем новых услуг</li> <li>- гибкая ценовая политика</li> <li>- любая программа и вид развлечения под заказ</li> <li>- отсутствие серьезных конкурентов</li> <li>- возрастающий спрос на данный вид услуг</li> <li>- неудовлетворенный спрос</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствие собственного помещения</li> <li>- отсутствие репутации</li> <li>- отсутствие собственных запасов</li> </ul>

#### **2.4. Выбор связи «продукт - рынок».**

Сегодня в сфере игровых технологий наметилась тенденция к их развитию, однако, в целом, как показывает статистика, в Мене она находится не на достаточно высоком уровне. Большая часть имеющихся на рынке технологий устаревшая или уступают данному продукту в цене и качестве, или не в полной мере удовлетворяют запросы потребителей. Заметна необходимость в современной технологии, так как не каждый способен приобрести мультимедийную систему такого уровня или она ему попросту не нужна постоянно. На основании этого можно ожидать устойчивый спрос на данный вид услуг. Так как научно-технический прогресс в данной отрасли идет как нигде быстро, потребуется текущий пересмотр технического уровня изделия и приведения его в соответствие с потребностями. Но на данный момент актуальность технического уровня изделия позволяет произвести такой пересмотр не ранее чем через пару лет после начала работы, хотя с быстрым ростом развития информационных технологий возможен реальный пересмотр состава комплектующих и заменой отдельных их видов в процессе работы. Таким образом мы будем поддерживать стратегию развития продукта. Мы будем стремиться усовершенствовать свою продукцию и находить новые решения для будущих потребителей.

Нашими главными целями и стратегиями предлагается (таблица 4).

Таблица 4. - *Главные цели клуба и возможные стратегии их достижения.*

Компоненты бизнеса	Цель	Стратегии
Рынок	Увеличить объём эксплуатации.	Открытие аналогичных клубов в сёлах менского р-на.
Ценовая политика	Сохранить доступный, однако достаточно высокий уровень цен.	Провести рекламную кампанию. Предоставить больший ассортимент услуг чем у конкурентов.
Охрана окружающей среды	Уменьшить отрицательное влияние производства на окружающую среду.	Использовать современное оборудование, и средства защиты. Придерживаться правил эксплуатации и безопасности.
Сервис	Увеличить количество услуг и улучшить их качество.	Современем улучшить машины, скорость их работы и количество машин.

## ***2.5. Определение маркетингового комплекса.***

Компоненты маркетингового комплекса – продукт, цена, продвижение и сбыт – это взаимосвязанные инструменты маркетинга.

### ***2.5.1. Продукт и политика продукта.***

На сегодняшний день жить и работать без компьютера практически никто не может. С каждым днём машины имеют всё большее значение в жизни человека, они становятся неотъемлемой частью их жизни.

Исследовав доходы жителей Мены, мы можем с уверенностью сказать, что далеко не каждый житель этого города может позволить себе покупку компьютера. А поскольку компьютер необходим как для работы, учёбы так и для отдыха, то наш клуб будет пользоваться огромным спросом.

Да, в Мене уже существует подобный клуб, но как показали наши исследования, он не в состоянии удовлетворить возрастающий спрос на данный вид услуг.

### ***2.5.2 Цена и ценовая политика.***

Основной частью стратегии проекта есть определение уровня цены на предлагаемые услуги.

Как уже было сказано, фирма планирует покупку большого количества техники сразу, что даст возможность купить ее по оптовым ценам и возможно с рассрочкой платежа.

Для установления цены мы примем во внимание цены конкурентов, а так же количество посетителей в различные периоды времени (таблица 7).

В ближайшее время цены планируется поддерживать на таком уровне, но при определённых обстоятельствах цены могут корректироваться. Постоянным клиентам возможны скидки.

### ***2.5.3. Продвижение продукта на рынок.***

Для успешной работы данного центра предполагается следующее действия:

1. Удобный для посетителей график работы.

2. Высокий сервис обслуживания.
3. Возможность заказа центра.
4. Рекламная компания.

В рекламных целях предполагается первый день работы сделать показательным – то есть бесплатные услуги, в последующие пару дней предполагается сделать тариф на работу половинным.

#### ***2.5.4. Анализ каналов сбыта.***

Компьютерные услуги - это отрасль, которая генерирует объем услуг, эквивалентный состоянием тысяч долларов. Интернет используют сегодня не 1 млн. украинцев. В секторе Интернет созданы и эксплуатируются все популярные виды информационных услуг, существующие в мире, а справочно-поисковые аппарат Интернет на русском языке по ряду параметров превосходит международные стандарты. Отрасль активно развивается, проникая в различные сферы деятельности.

Бизнес компьютерного центра отличается отсутствием какой бы то ни было сезонности, что делает его особенно привлекательным. В любое время года число клиентов всегда стабильно, хотя могут происходить незначительные колебания, которые никак не зависят от сезона.

Поскольку предоставление услуг Интернет для школьников не носит коммерческий характер в нашей компании, то студенты не будут являться целевым потребителем наших услуг. Хотя это утверждение не совсем верно, поскольку статус «школьника» человек носит не всё время и поэтому школьники потенциальные клиенты нашей компании в будущем, поскольку статистика показывает, что пользователь компьютерных услуг остаётся верен своему первому провайдеру либо провайдеру, услуги которого отличаются приемлемым качеством.

Целевым потребителем наших услуг будет частное лицо, нуждающееся в таких услугах.

Методы стимулирования сбыта.

Фирма планирует реализовать следующие методы стимулирования сбыта:

1. Гибкая ценовая политика.
2. Различные скидки и конкурсы.
3. Рекламная компания
4. Постоянное обновление

Проведение Рекламной кампании.

Любой предмет или торговая марка должны иметь свои ассоциации у потребителей. Потребители охотней покупают знакомую или широко распространенную марку производителя. Это вынуждает изготовителей для вступления на рынок делать основной упор на маркетинговую стратегию, а именно на проведение рекламной компании. От этого зависит успех продвижения товара и престиж торговой марки. Основной упор в рекламе будем делать на современность технологий и разнообразие новейших игр, фильмов и других услуг.

Реализация рекламы

1. Вывески в магазинах.
2. Рекламные объявления газетах.
3. Издание рекламных проспектов.
4. Реклама на радио

Общие затраты на проведение рекламной кампании составят 1 500 грн. за первый год деятельности предприятия (таблица 5). Далее затраты на рекламу планируется регулировать в зависимости от потребности.

Таблица 5. – Затраты на рекламу

Вид рекламы	Затраты
В газетах	250,00
На радио	150,00
Вывески в магазинах	350,00
Издание рекламных проспектов	550,00
Прочие	200,00
Сумма	1500,00

### ***3. План производства.***

На сегодняшний день жить и работать без компьютеров практически никто не может. С каждым днём машины имеют всё большее значение в жизни человека, они становятся неотъемлемой частью их жизни.

Поскольку данное предприятие предоставляет услуги не только в качестве игрового компьютерного клуба, но и как интернетпроваедер и предоставление компьютерных услуг, таких как: распечатка, ксерокс, набор и редактирование текста, сканирование, а также видео и аудио сервис, что позволит привлечь, в качестве потребителей данного продукта не только «геймеров», но и людей использующих компьютер и Интернет в рабочих, научных, исследовательских и других целях.

Таким образом, данный компьютерный центр обеспечит удовлетворение широкого спектра потребностей народонаселения города Мена.

#### ***3.1. Сырьё и поставки.***

Для открытия нашего Интернет-кафе, как уже раньше было сказано, требуется: 20 компьютеров, принтер, сканер, модем, сетевое оборудование, столы и стулья. Практически все закупки мы будем делать на Черниговской фирме Ingres Line. В сервисное обслуживание этой фирмы входит доставка и установка оборудования, что для нас очень удобно. Определённо, доставка стоит денег, но пользуясь услугами этой фирмы, отдельных затрат на доставку мы не понесём, так как это включено в цену покупаемого товара.

При обновлении оборудования, мы так же будем пользоваться услугами Ingres Line. Это говорит о том, что получить новое оборудования мы можем обменяв его на старое, с определённой доплатой.

#### ***3.2. Анализ месторасположения предприятия.***

Наш Интернет клуб будет расположен в центре города, что очень удобно для клиентов. Для размещения данного предприятия планируется снять подвальное помещение, это гарантирует сравнительно низкую арендную плату.

А так же такое размещение поможет избежать проблем с соседями, тоесть жалоб на шум и большое количество людей.

Все комплектующие будут закупаться на фирме Ingres Line в городе Чернигове, что не так уж и далеко от Мены – 60 км, это говорит о том, что затраты на доставку будут очень малы, да и срок доставки небольшой.

### ***3.3. Организационная структура, управление предприятием и планирование трудовых ресурсов.***

Нынешняя организационная структура предприятия имеет следующий вид (смотри рисунок – 1)

Поскольку наше предприятие только открывается, то персонал будет подобран по минимуму. В дальнейшем планируется расширить производство и, соответственно количество персонала.

Руководить нашим предприятием будет директор. Директор по совместительству будет бухгалтером и экономистом, тоесть он будет отвечать за финансовую сторону и бумаги. За работу Интернет-кафе будет отвечать и рапортовать директору администратор. Системный оператор будет отвечать за техническую сторону проекта.

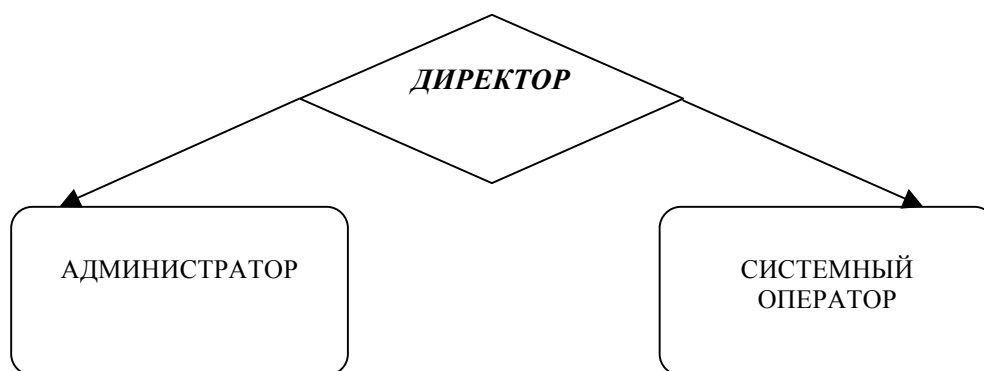


Рисунок 1. – Схема организационной структуры и управления предприятием.

### ***3.4. Осуществление проекта***

Деятельность нашего предприятия планируется начать с 1 января 2005 года. Оставшиеся несколько месяцев 2004 планируется потратить на образование



предприятия, то есть на закупку основных средств, поиск и ремонт помещения, подбор персонала, заключение договоров, подготовку рекламной компании и т.п.

Для упрощения карта осуществления проекта предоставлена в таблице 6.

Таблица 6. – Карта осуществления проекта.

	2004	2005		2006	
	1	2	3	4	5
Образование предприятия	X				
Решение гос. органов	X				
Заключение договоров	X				
Покупка основных средств	X				
Маркетинг и реклама	X	X	X	X	X
Начало деятельности		X			
Расширение деятельности			X	X	X

Таблица 7. - Смета затрат

Текущие	Сумма	Капитальные	Сумма
Комплекующие	11000,0	Ремонт	2630,0
Покупка програм	1300,0	Покупка	
Аренда помещения	660,0	оборудования	40110
З/п	500,0		
Маркетинг и реклама	500,0		
Затраты на			
ел.энергию	300,0		
Услуги			
консультантов	500,0		
Всего	17260	Всего	42740

#### ***4.Юридический план.***

Предпринимательство – это самостоятельная, инициативная, систематическая, на собственный риск хозяйственная деятельность, которая осуществляется субъектами хозяйствования с целью достижения экономических и социальных результатов и получения прибыли.

Организационно-правовая форма нашего предприятия – это общество с ограниченной ответственностью (ООО). ООО – это наиболее используемая и простая форма собственности. Общество имеет свой уставной фонд, размер которого определяется учредительными документами. Ответственность участников по результатам деятельности общества ограничена их взносами в уставной фонд.

Высшим органом управления есть собрание

С юридической точки зрения процесс подготовки и реализации бизнес проектов регламентируется системой правовых актов (Конституция Украины, Закон Украины, Указы президента, Хозяйственный кодекс Украины, Государственный кодекс Украины и т. д.)

ООО вправе иметь свою печать, расчётный счёт в банке, заключать контракты, подписывать договора, получать кредиты банка, использовать в своей деятельности труд других граждан.

Для реализации проекта будут использоваться собственные средства в размере 35000, а также привлечённые, средства инвестора (партнёра) – 25000.

Данный проект является очень перспективным, но, как и любой реальный проект имеет определённый риск. Привлечение партнёра повышает вероятность успеха и одновременно понижает вероятность риска.

### 5. Финансовый план.

Стратегия предприятия организована получении прибыли, а поэтому финансовый план является ключевым.

Стоимость одного ПК составит порядка 350 долларов по ценам фирмы Ingres Line. Покупка 20 таких машин обойдется:

$$350 * 20 = 7000 \text{ долларов, или}$$

$$350 * 20 * 5,33 = 37310 \text{ грн.}$$

Мы также предполагаем покупку 20 компьютерных столов и 30 стульев. Их стоимость составит:

Стулья:  $30 * 150 = 4500$  грн.

Столы:  $20 * 300 = 6000$  грн.

Данные занесём в таблицу 2.1.2.

Как Интернет-провайдер будем использовать Укртелеком.

В качестве помещения для центра будем снимать подвальное помещение с последующей возможностью выкупа. Аренда подвального помещения составит 20 дол. в месяц. Ремонт этого помещения составит 300 дол. Все затраты на помещение предоставлены в таблице .

Таблица 7. - *Наименование и стоимость компьютерного оборудования*

№	Наименование товара	Количество, шт	Цена, грн	Стоимость, грн
1	Компьютер	20	1865,5	37310
2	Принтер	1	1000	1000
3	Сканер	1	550	550
4	Модем	1	400	400
5	Сетевое оборудование	-	850	850
6	Офисный стол	1	500	500
7	Компьютерный стол	20	300	6000
8	Стулья	30	150	4500
	Всего	-	-	51110

Таблица 8. - *Затраты на помещение*

№	Затраты	Сума, грн
1	Арендная плата, в месяц	110
2	Ремонт	2630

Для обслуживания данного центра необходимо 4 системных оператора, 4 администратора, при необходимости возможно привлечение дополнительной рабочей силы. Их начальная заработная плата составит 350 грн. Поскольку наш Интернет клуб будет работать круглосуточно и без выходных, то предполагаются доплаты за работу в ночное время, работу в выходные и праздничные дни. Затраты на заработную плату в период 1 месяц предоставлены в таблице 9.

Таблица 9. - Численность персонала и расходы по заработной плате

№	Наименование категории служащих	Число рабочих, человек	Оклад, грн.	ФЗП, грн.
1	Директор-бухгалтер	1	600	600
2	Системный администратор	4	350	1400
3	Администратор	4	350	1400
	Всего	7	-	3400

Годовой ФОТ равен:  $3400 * 12 = 40800$  грн.

Затраты на электроэнергию составят:

Суммарная мощность компьютеров рассчитывается по формуле:

$$\sum W_{\text{встан}} = \sum P_{\text{мех}} \cdot N_{\text{встан}}, \text{ где:}$$

$P_{\text{мех}}$  - число механизированных рабочих мест, единиц;

$N_{\text{встан}}$  - средняя мощность единицы электрооборудование = 0,6 кВт.

Таким образом суммарная мощность установленных компьютеров составит:

$$\sum W_{\text{встан}} = 20 \cdot 0,06 = 1,2 \text{ кВт}$$

Цена одного киловаттчаса составляет 0,30 грн. Затраты на энергию составят:

$$C_{\text{енрг}}^{\text{мех}} = 1,2 * 20 * 30 * 12 * 0,30 = 2500 \text{ грн}$$

Из этих расчётов – годовые затраты на электроэнергию составят 2500 грн.

Для установления цены мы примем во внимание цены конкурентов, а так же количество посетителей в различные периоды времени (таблица 10).

Таблица 10. - Цена работы по времени дня

№	Время	Цена, Грн
1	6:00 – 14:00	2-00
2	14:00 – 18:00	2-50
3	18:00 – 2:00	3-00
4	2:00 – 6:00	1-50

В ближайшее время цены планируется поддерживать на таком уровне, но при определённых обстоятельствах цены могут корректироваться. Постоянным клиентам возможны скидки.

Общие затраты на проведение рекламной кампании составят 1 500 грн. за первый год деятельности предприятия (таблица 11). Далее затраты на рекламу планируется регулировать в зависимости от потребности.

Таблица 11 – Затраты на рекламу

Вид рекламы	Затраты
В газетах	250,00
На радио	150,00
Вывески в магазинах	350,00
Издание рекламных проспектов	550,00
Прочие	200,00
Сумма	1500,00

Для начала деятельности нам необходимо 60000 грн., Основные затраты занесём в таблицу.

Таблица 12 – Основные затраты для начала деятельности.

Статьи затрат	Сума затрат
Покупка оборудования	40110,00
Покупка комплектующих	11000
Покупка програм	1300
Затраты на помещение	
Аренда	660,00
Ремонт	2630,00
З/п	500,00
Затраты на электроэнергию	300,00
Прочие	
Маркетинг и реклама	500,00
Услуги консультантов	500,00
Сумма	60000

Деятельность нашего предприятия планируется начать с 1 января 2005 года. Оставшиеся несколько месяцев 2004 планируется потратить на образование предприятия, то есть на закупку основных средств, поиск и ремонт помещения, подбор персонала, заключение договоров, подготовку рекламной компании и т.п. В таблице 13 отражены годовые затраты на ближайшие годы.

Таблица 13– Годовые затраты

Статьи затрат	2004	2005	2006
<b>Производственные</b>			
Покупка программ	3000,00	1000,00	1000,00
Амортизация	0,00	28466,00	20266,40
Ремонт	2630,00	200,00	500,00
Аренда	660,00	1200,00	1200,00
З/п	1000,00	44880,00	45000,00
Ел.энергия	300,00	2500,00	2600,00
Покупка оборудования	40110,00	10000,00	10000,00
Покупка комплектующих	11000,00	5000,00	5000,00
НДС	0,00	44928,80	48737,00
<b>Прочие</b>			
Маркетинг и реклама	500,00	1500,00	500,00
Услуги консультантов	500,00	1000,00	500,00
<b>Сумма</b>	<b>60000,00</b>	<b>140000,00</b>	<b>135000,0</b>

Нашей основной деятельностью будет компьютерная деятельность. Так что и основная прибыль будет поступать от этой деятельности (расценки предоставлены в таблице 10). Таким образом выручка от компьютерной деятельности составит.

Таблица 14. - Прогноз объема производства и реализации продукции.

Годы	Квартал,	Время работы, Ч	Средняя цена	Выручка*, грн.
1	1-й квартал	2160	2,33	55492,0
2	2-й квартал	2184	2,33	56330,8
3	3-й квартал	2208	2,33	57169,6
4	4-й квартал	2208	2,33	57169,6

	за год	8760	2,33	223680,00
--	--------	------	------	-----------

-24-

Поскольку наш Интернет клуб будет работать круглосуточно и без выходных, но всё же не без простоев машин, то наша средняя выручка предоставлена в таблице 14.

Выручку рассчитываем по формуле:

$$V_p = T_p \cdot C_{cp} \cdot N \cdot K_{зан}, \text{ где:}$$

$T_p$  – общее время работы центра

$C_{cp}$  – средняя цена работы на ПК

$N$  – количество компьютеров

$K_{зан}$  – коэффициент определяющий загруженность центра

Предусматривается, что процент простоя центра будет составлять до 35 % в среднем, за счет малого посещения в утреннее и дневное время.

Таблица 15. – *Расценки дополнительных услуг.*

Услуга	Расценки	Количество	Выручка
Сканирование	0,60	5000	25250,00
Редактирование	0,50	6000	14385,00
Набор	0,80	8000	10090,00
Ксерокс	0,10	15000	5000,00
Распечатка	0,10	20000	3882,00
Сумма	--	--	58482,00

Таблица 16. – *Выручка от разных услуг*

Вид услуг	2004	2005	2006
Комп. деятельность	0,00	186162,00	203600,00
Сканирование	0,00	25250,00	15860,00
Редактирование	0,00	14385,00	15835,00
Набор	0,00	10090,00	9150,00
Ксерокс	0,00	5000,00	5230,00
Распечатка	0,00	3882,00	4010,00
Сумма	0,00	224644,00	243685,00

Таким образом, после вычета всех налогов и платежей можно получить чистую годовую прибыль предприятия в сумме 106447,20 грн. это за 2005 год и 138699,00 за 2006. Как мы видим, за 2004 год у нас нет никакой выручки, но в долги мы тоже не влезли, так как использовали собственные средства и средства партнёра. Поскольку свою деятельность мы начинаем только с 01.01.2005, то за

2004 год мы не платим никаких налогов. В таблице 15 отражены денежные поступления и выплаты.

-25-

Таблица 17. - План денежных поступлений и выплат на период разработки и реализации проекта, грн.

Статьи	2004	2005	2006
<b>Выручка</b>			
Комп.услуги	0,00	186162,00	203600,00
Сканирование	0,00	25250,00	15860,00
Редактирование	0,00	14385,00	15835,00
Набор	0,00	10090,00	9150,00
Ксерокопия	0,00	4875,00	5230,00
Распечатка	0,00	3882,00	4010,00
<b>Всего</b>	<b>0,00</b>	<b>224644,00</b>	<b>243685,00</b>
<b>Затраты</b>			
<b>Производственные</b>			
Покупка программ	3000,00	1000,00	1000,00
Амортизация	0,00	28466,00	20266,40
Ремонт	2630,00	200,00	500,00
Аренда	660,00	1200,00	1200,00
З/п	1000,00	44880,00	45000,00
Ел.энергия	300,00	2500,00	2600,00
Покупка оборудования	40110,00	10000,00	1000,00
Покупка комплектующих	11000,00	5000,00	5000,00
НДС	0,00	44928,80	48737,00
<b>Прочие</b>			
Маркетинг и реклама	500,00	1500,00	500,00
Услуги консультантов	500,00	1000,00	500,00
<b>Всего</b>	<b>60000,00</b>	<b>140000,00</b>	<b>135000,00</b>
<b>Балансовая прибыль</b>	<b>0,00</b>	<b>84644,00</b>	<b>108685,00</b>
<b>Налог на прибыль</b>	<b>0,00</b>	<b>21161,00</b>	<b>27171,25</b>
<b>Чистая прибыль</b>	<b>0,00</b>	<b>63483,00</b>	<b>81513,75</b>

В таблице 16 отражено движение налички за рассматриваемый период. Как мы видим 60000 грн. достаточно для того чтоб начать деятельность предприятия. В 2005 году затраты составят 100000 грн., никаких инвестиций непредвидится, дополнительных собственных средств у нас тоже нет. Но как видим прибыль полученная от деятельности предприятия позволяет не только покрыть затраты данного периода, но и реинвестировать на следующий год, или по востребованию вернуть инвестору его часть денег с процентами. В 2006 году прибыль всё так же уверенно продолжает расти, что позволит нам расширение



или преобразование Интернет клуба в Интернет кафе, или открытие ещё одного подобного предприятия где-то в Менском р-не.

-26-

Таблица 18. - Отчет о движении наличности за трехлетний период, грн.

Статьи	2004	2005	2006
<b>Приход</b>			
Получено от деятельности	0,00	224644,00	243685,00
Инвестиции	25000,00	0,00	0,00
Всего	25000,00	224644,00	243685,00
<b>Расход</b>			
Производственные расходы	7590,00	78246,20	70566,00
НДС	0,00	44928,80	48737,00
Покупка оборудования	40110,00	10000,00	10000,00
Покупка комплектующих	11000,00	5000,00	5000,00
Прочие	1000,00	25000,00	1000,00
Всего	60000,00	140000,00	135000,00
Наличие денежных средств на предприятии	35000,00	0,00	36820,00
Получено	25000,00	224644,00	243685,00
Израсходовано	60000,00	140000,00	135000,00
Выплаты доходов от участия капитала	0,00	26663,00	34236,00
Наличие денежных средств на конец периода	0,00	36820,00	47277,75

Оптимальный объем производства и реализации продукции составит:

$$B_{об} = \frac{Z_{пост}}{1 - \frac{Z_{перем}}{ВО - НДС}}, \text{ где}$$

$B_{об}$  – валовый безубыточный оборот

$Z_{пост}$  – затраты постоянные

$ВО - НДС$  - Валовый оборот без НДС

$Z_{перем}$  - удельно-переменные затраты

$$\hat{A}_{ia} = \frac{51780}{1 - \frac{35966}{39715,2}} = 5178$$

Отразим данные расчеты в виде графика (рисунок 2)

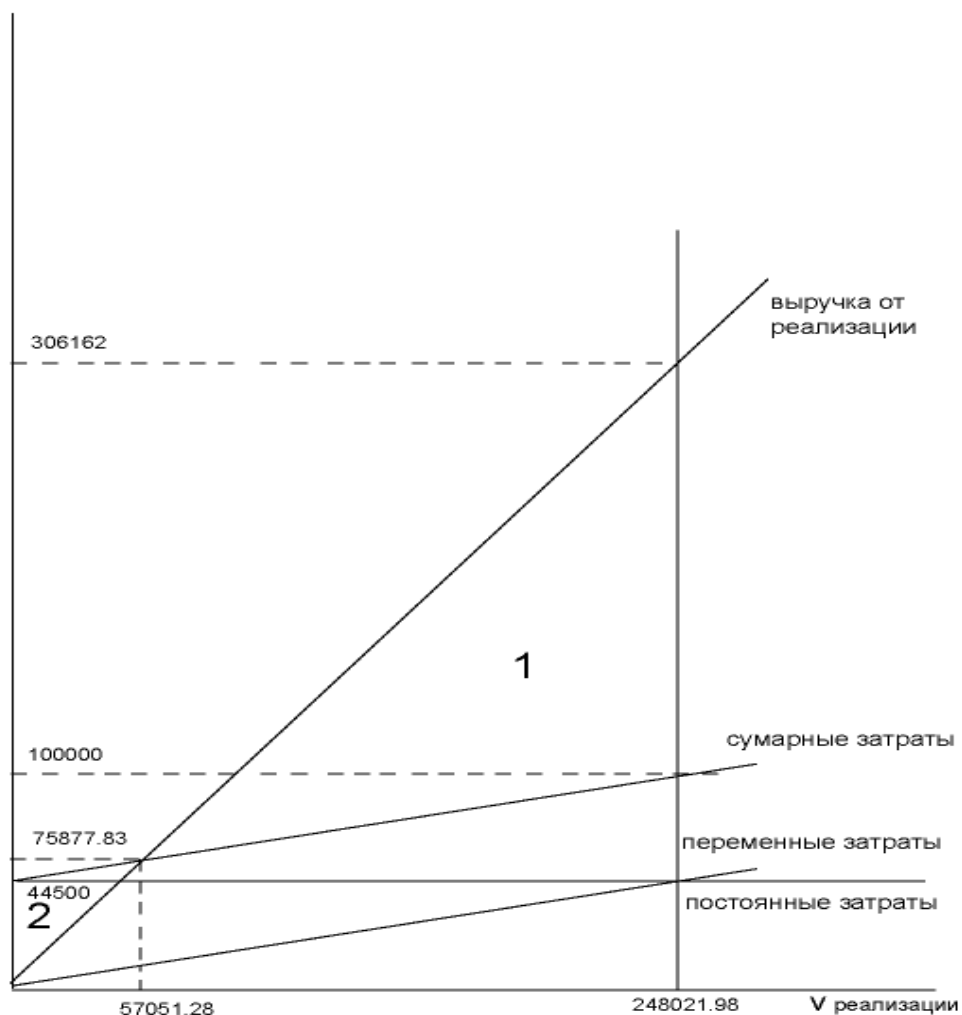


Рисунок 2 – Определение условия безубыточности

Зона 1 – предприятие получает прибыль в размере превышение выручки над реализацией

Зона 2 – предприятие находится в убытке, так как его прибыль меньше выручки.

### **6. Программа инвестирования.**

Для обеспечения реализации проекта на начальной стадии необходимо привлечение определённых средств (60 000 грн.), которые будут направлены на организацию производства и сбыт продукции. Для реализации проекта будут использоваться собственные средства в размере 35000, а также привлечённые средства инвестора (партнёра) – 25000.

Данный проект является очень перспективным, но, как и любой реальный проект имеет определённый риск. Привлечение партнёра повышает вероятность успеха и одновременно понижает вероятность риска.

В дальнейшем, по мере реализации проекта, он должен будет сам себя окупать.

В течение первого года почти всю чистую прибыль предприятия предполагается направить на развитие производственных мощностей и пополнение оборотных средств.

В конце года распределение чистой прибыли будет происходить пропорционально вложениям денежных средств для начинания проекта (данные предоставлено в таблице).

Таблица 19. – *Доходность партнёров*

Показатель	2004	2005	2006
Чистая прибыль	0,00	63483,00	81513,75
Доходность собственная (58%)	0,00	36820,00	47277,75
партнёра (42%)	0,00	26663,00	34236,00

### ***7. Охрана окружающей среды.***

Наше предприятие считается экологически чистым, так как технология производства представляет собой сборку конечного продукта из комплектующих производимых другими фирмами без применения экологически вредных систем. На наш взгляд, единственным фактором, негативно влияющим на людей и окружающую среду, является вторичная радиация, излучаемая компьютерными мониторами, но она незначительна. Решение данной проблемы лежит вне компетенции нашей фирмы, в наших силах только предупреждать наших клиентов об этом и предлагать им наиболее безопасную продукцию.

### **8. Оценка риска и страхования.**

Специфика бизнеса Интернет-провайдера такова, что почти не имеет рисков. Это связано в первую очередь с тем, что вся деятельность основана на компьютерах и прочем очень надежном электронном оборудовании, вероятность сбоев которого очень мала. А это значит, что своевременные профилактические меры и надлежащий уход за этим оборудованием обеспечат почти 100% его работоспособность в течение всего срока его службы.

И все же стоит отметить некоторые риски, не связанные с вышесказанным:

1. Пожар
2. Небрежность работников компании
3. Риск от возможной смерти или заболевания руководителя, ведущего работника, от интеллектуальной или другой квалифицированной деятельности, которых зависит успех предприятия
4. Инфляция и плохая конъюнктура рынка
5. Подорожание услуг провайдера

Первые 3 риска легко страхуются, а соответственно практически не представляют опасности. Наступление четвертого риска вызовет последствия для всей отрасли – сокращение клиентов у всех провайдеров.

Наиболее интересным является риск №5. Этот риск, опять же, повлияет на всю отрасль и, опять же, легче выжить в его последствиях будет крупным компаниям, имеющим большое количество телефонных линий, поскольку в связи с этим к телекоммуникационной компанией легче будет договориться с телекоммуникационной компанией о тарифе, размер которого вполне возможно будет таковым, что ежемесячные выплаты составят сумму не намного большую, а вполне возможно, что и такую же, которая выплачивалась провайдером до введения повременки. А как же пользователи, ведь теперь им придется платить

не только за Интернет, но и за телефонные минуты? Для того, чтобы избавить абонентов от последнего вводится специальная услуга – Callback, что означает "возврат звонка". Действие ее заключается в следующем: пользователь звонит на телефон провайдера, проходит авторизацию и отключается. Через несколько секунд провайдер сам дозванивается до пользователя и соединяясь с ним,

-30-

обеспечивает ему доступ в мировую сеть. Поскольку звонок для пользователя будет входящим, то платить за телефон ему в данном случае не придется. Помимо всего прочего при такой системе соединения улучшается и скорость передачи данных по линии.

Значит и 5-ый риск можно считать не оказывающим особого влияния на наш бизнес.

Реакция на низкий и несущественные риски как показывает опыт многих компаний, не является основополагающей и несет в себе те действия, которые выполняются по мере возникновения высоких и средних рисков, только в меньшей степени реагирования.

В ходе проекта также предусмотрено страхование основных фондов предприятия, а также возможно и страхование дорогостоящих комплектующих.

### 9. Показатели эффективности проекта.

Рассчитаем показатели эффективности деятельности предприятия:

Ожидаемая прибыль от продаж составляет

$Пр = ВО - НДС - ВЗ$ , где

ВО – валовый оборот

НДС – налог на добавленную стоимость

ВЗ – валовые затраты

Таблица 17. – Ожидаемая прибыль

	2004	2005	2006
Ожидаемая прибыль	0,00	84644,00	108685,00

Рентабельность производства:

Рентабельность производства = (балансовая прибыль / валовый оборот)\*100%

Таблица 18. – Рентабельность производства

	2004	2005	2006
Рентабельность производства	0,00	37,68	44,60

Рентабельность продукции:

Рентабельность продукции = (сумма прибыли/валовые издержки)\*100

Таблица 19. - Рентабельность продукции

	2004	2005	2006
Рентабельность продукции	0,00	60,46	80,51

Валовый оборот

Валовый оборот = Объем реализации продукции \* Цену реализации

Таблица 20. - Валовый оборот

	2004	2005	2006
Валовый оборот	0,00	224644,00	243685,00

Валовые издержки

Валовые издержки = Объем реализации продукции \* полная себестоимость

Таблица 21. - Валовые издержки

	2004	2005	2006
Валовые издержки	0,00	140000,00	135000,00

***Выводы.***

В данном бизнес-плане рассматриваются различные условия, проводятся необходимые анализы и приводятся требуемые расчеты для дальнейшего производства открытия Интернет-кафе.

В результате проведенных исследований аналогов предполагаемого выпускаемого продукта были конкретно установлены состав, технические характеристики, внешний вид и прочие особенности нашего продукта. Их подробное описание изложено в разделе “Стратегия маркетинга”. В этом разделе также обосновано - почему у потенциальных покупателей возникнет потребность купить аналогичный продукт, почему они предпочтут купить именно наш продукт, и как мы можем сохранить преимущества нашего продукта в течение некоторого продолжительного времени. В результате постоянного повышения качества различных средств мультимедиа возникла возможность появления универсального средства, объединяющего все имеющиеся новейшие разработки в этой области. На продукт такого качества будет существовать постоянный спрос, вызванный необходимостью повышать уровень оборудования, имеющийся у пользователей, которыми могут быть как физические, так и юридические лица. Немаловажную роль также играет наша относительно узкая направленность на производство только данного продукта, что позволит сделать нашей организации имидж фирмы, специализирующейся на выпуске данной продукции, а такой фирмы в настоящий момент на рынке данной отрасли не существует.

В разделе “Стратегия маркетинга” приводятся анализы положения дел в отрасли, рынка сбыта и конкуренции. Подводя итоги данного раздела можно заключить следующее. В данной отрасли наблюдается существенный недостаток



единого продукта, сочетающего в себе результаты последних достижений в развитии направлений данной отрасли. Между тем, спрос на конкретный продукт уже существует, и даже будет повышаться, поскольку немногочисленные существующие аналоги нашего продукта показывают себя в деле как вполне удачное применение средств мультимедиа в решении указанного выше широкого спектра задач. Но пока на предполагаемом рынке

-33-

сбыта, нет продуктов фирмы, четко специализирующейся на производстве продукции, которая напрямую предназначена для решения описанных задач. Наша организация предполагает занять пустующую нишу в этом рынке сбыта, тем самым, обеспечив покупателей товаром, а себя прибылью.

***Список литературы.***

1. Куролайн Холидей. «Секреты ПК». 2-е издание. – К., Диалектика, 1998
2. Журнал «Computer World/Киев», украинский еженедельник по информационным технологиям и компьютерному рынку., 1999-2000 гг
3. Герасимчук В.Т. Маркетинг: теория и практика: учебн. Пособие. –к.: Вища шк., 1994. – 327с.
4. Киселёв Теория и практика современного бизнеса – к.: Либра.,1995
5. Покропивний С.Ф., Соболев С.М. Бізнес – план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. Посібник. –к: КНЕУ, 1998. –208с.

