

«Самоходное транспортное средство для перемещения по горному рельефу пассажиров и грузов».

Бизнес-план.

1. Резюме

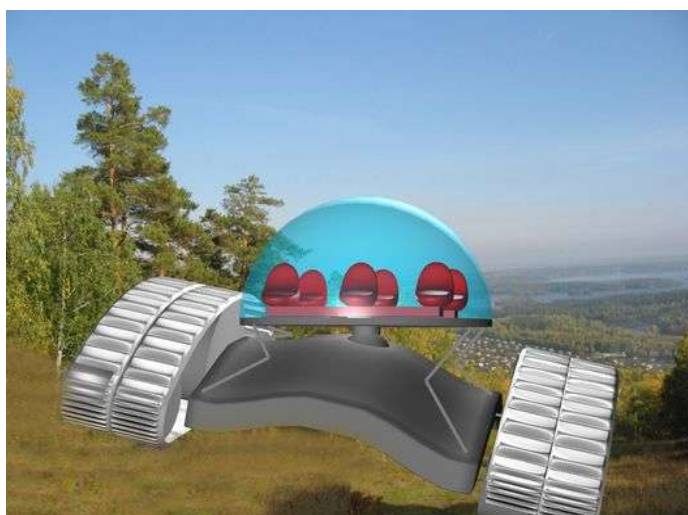
МЧС России проводит спасательные операции в самых разных условиях, в том числе и в горах. Но не всегда есть возможность доставить спецтехнику в определенную точку из-за особенностей горного рельефа. Эта тематика особенно актуальна в лавиноопасных районах, когда после схода лавин необходимо быстро расчистить снежные заносы на дорогах. Техника, которая используется в настоящий момент, может работать на склонах кратковременно из-за повышенного механического износа частей ДВС.

В горных местностях находится большое количество структур активного отдыха (горнолыжные курорты, турбазы, сафари-клубы и т.п.), в которых так же используется специальная техника для подготовки склонов к катанию на горных лыжах, сноубордах, доставки людей и грузов. У этих структур возникают аналогичные проблемы с работой ДВС в условиях гор. В летний период многие клубные структуры организуют пешие туры, но люди с ограниченными физическими способностями не могут в них участвовать, а горные прогулки с использованием транспорта по вышеуказанным причинам не осуществляются.

В связи с вышесказанным, возникла идея – разработать новое универсальное устройство широкого спектра применения для работы на повышенных углах наклона. Это универсальное устройство является безопасным, всесезонным, легким в управлении и многоместным.

Предприятие ООО «ИН-Новатор» создано с целью разработки и внедрения на рынок инновационных транспортных устройств. «Самоходное транспортное средство для перемещения по горному рельефу пассажиров и грузов» (Клайфер) – одно из них. Отличается от аналогов инновационной концепцией – грузопассажирский отсек всегда сохраняет горизонтальное положение вне зависимости от наклона поверхности, что позволяет использовать устройство в условиях горного рельефа без риска для ДВС. На это устройство получен патент на полезную модель №78761, зарегистрированный в Государственном реестре изобретений РФ 10.012.2008 г.

Горный автобус ‘Клайфер’ – самоходное транспортное устройство, содержащее корпус, расположенный между гусеничными тележками, кузов для водителя и пассажирский (грузовой/грузопассажирский) салон. Инновационность разработки заключается в том, что конструктивные особенности позволяют ‘Клайферу’ передвигаться по поверхностям с углом наклона до 45° , при этом грузопассажирский салон и кабина водителя остаются в положении неизменном относительно горизонта, что делает эксплуатацию безопасной и комфортной.



Использование предлагаемого устройства на горнолыжных курортах позволит организовать всесезонный единоличный и групповой массовый прокат на комфортабельных, безопасных и хорошо управляемых транспортных средствах.

Данное всесезонное устройство может быть востребовано в качестве инновационного инвентаря на предстоящей Олимпиаде в городе Сочи.

Для осуществления проекта необходим заемный капитал в форме инвестирования - 7 820 161 доллар США. Средства идут на НИОКР и выпуск партии изделий (350 шт.). Период действия инвестиционного договора 3 года, выход на точку безубыточности к середине 3-го года.

Прогнозируемая рыночная стоимость единицы изделия – 160 000 \$ при себестоимости 50 000\$.

Заключен договор о сотрудничестве для проведения НИОКР в части разработки КД и создания опытного образца с ООО «ЧП ВТИ» (г.Челябинск).

По данной тематике в 2008 году вышли два видео ролика, показанные по каналу ОТВ «Снежинск», и один – по каналу ГТРК Челябинск (<http://chelyabinsk.rfn.ru/video.html?id=77371&type=r>).

Опубликована статья «Изобретатель Нестеров», (г.Снежинск, «Диван-газета», 02-07-2009) http://www.snezhinsk.com/news/view/izobretatel_nesterov/.

По инновационной разработке получен положительный отзыв заместителя главы Снежинского городского округа Ю.В.Румянцева.

Продвижение проекта:

- На постоянно действующей выставке ЦНТИ г.Челябинск размещен плакат.
- Проект заявлен на «Зворыкинскую премию» (<http://zv.innovaterussia.ru/member/78100>).
- Находится в ТОП-50 Биржи инновационных разработок и технологий "ИННОВАЦИИ РОССИИ" (<http://www.fointec.ru/index/0-105>), лот 327.
- Заявлен на конкурсе «Народный проект» (<http://proktoprovod.ru/narodny.html>).
- На сайте «Новости инвестиций и венчурного рынка» (<http://www.unova.ru/card/294>).
- На портале «Бизнес-бомба» (<http://www.biznesbomba.ru/user/id/680/projects/372>).
- И др. (Сенаторский клуб, МодерниЗАция, Кулибин).
- Был представлен на:
 - III венчурной ярмарке в рамках Южно-Уральском инновационного форума-2009;
 - Уральской венчурной выставке-ярмарке «ИННОВАЦИИ-2010».

2. Информация о предприятии

ООО «ИН-Новатор» зарегистрировано 02.09.2009.

Единственный учредитель, директор, автор и патентообладатель – Нестеров Илья Владимирович.

Численность персонала – 4 чел.

ООО «ИН-Новатор» является резидентом Снежинского инновационного бизнес-инкубатора:

- арендуемое офисное помещение площадью 33,1 м²;
- 5 рабочих мест, оснащенных компьютерами.

ООО «ИН-Новатор» – резидент Инновационного бизнес-инкубатора Челябинской области (<http://innovation-chel.ru/>).

Интеллектуальная собственность учредителя:

- Патент на изобретение №2357887 «Устройство спуска с гор и скольжения по волнам», зарегистрирован в Государственном реестре изобретений РФ 10.06.2009 г.
- Патент на полезную модель №78761 «Самоходное транспортное средство», зарегистрирован в Государственном реестре полезных моделей РФ 10.12.2008 г.
- Патент на изобретение №2388638, зарегистрированный в Государственном реестре изобретений РФ 07.04.2010 г.

- Положительное решение о получении патента РФ на изобретение от 21.04.2010 г., заявка №2008149983.
- Зарегистрирована заявка №2010103163 на получение патента РФ на изобретение.

Стратегическая цель фирмы:

- серийный выпуск изделий;
- международное патентование;
- продажа лицензий на серийный выпуск изделия.

Пути достижения:

- разработка технологий;
- изготовление опытных образцов на основании имеющейся интеллектуальной собственности.

3. Товары и услуги

Наше предприятие на первом этапе будет заниматься разработкой КД, на втором этапе – выпуском опытного образца, на третьем этапе – производством готовых изделий (силами сторонних организаций на основании договоров), продажей и прокатом готовой продукции, международным патентованием. Каждый этап рассчитан на один год, причем к середине третьего этапа предприятие выйдет на точку безубыточности.

В дальнейшем ООО «ИН-Новатор» планирует заниматься следующими видами деятельности:

1. Продажа всесезонного многофункционального устройства «Клайфер».
2. Продажа лицензий на производство всесезонного многофункционального устройства «Клайфер».

Планируется также предоставление сервисных услуг: заказ через Интернет, по телефону, доставка товаров на дом.

Прямыми конкурентами нам остаются только традиционные средства – джипы внедорожники, вездеходы, тракторы. Но и их сложно назвать прямыми конкурентами из-за проблем работы ДВС на наклонной поверхности. В настоящее время рабочий угол движения этих средств **не превышает 35 градусов** кратковременной работы.

Основными преимуществами создаваемого устройства являются:

1. **Новизна.** Интерес со стороны потенциальных клиентов к новинкам рынка.
2. **Всесезонность.** Увеличение рентабельности организаций, занимающихся услугами активного отдыха.
3. **Отсутствие механических повреждений ДВС на больших углах наклона.** Из-за особенностей конструкции (грузопассажирский отсек всегда находится в горизонтальном положении).

Планируется представить нашу продукцию для нужд МЧС; организаций, осуществляющих строительно-эксплуатационные работы в горной местности; а так же для организации прогулок по горному рельефу на всех базах активного отдыха и курортах страны, а после получения международного патента и повсеместно.

Для России, где гор достаточно много, наше устройство очень актуально. Ежегодно мы слышим в новостях, что под лавинами гибнут люди, а спасатели не могут до них добраться из-за несовершенства техники. Наше устройство позволит спасти больше жизней из-за повышенной проходимости и работы на увеличенных углах наклона (**до 45 градусов при длительной эксплуатации**). При изготовлении изделия будут использованы последние технологии в области материалов, что позволит его сделать достаточно легким и безопасным для пользователя. Вообще безопасность, это одно из важнейших достоинств нашего средства.

4. Анализ рынка

Таблица. Анализ конкурентов.

Факторы	Клайфер	Конкуренты			
		Внедорожник	Специализированный вездеход	Трактор, бульдозер	Ратрак
Всесезонность	Полноценное всесезонное средство	Всесезонно	Всесезонно	Всесезонно	Только зима
Безопасность	Высокий уровень безопасности, за счет конструкции	Высокая опасность переворота на больших углах наклона	Высокая опасность переворота на больших углах наклона	Высокая опасность переворота на больших углах наклона	Относительно безопасно на рабочих углах наклона
Исключительность товаров	Новый вид транспортного средства	Очень распространены	Не распространены	Очень распространены	Не распространены
Рабочий угол наклона	До 45°	До 30°	До 25°	До 20°	До 25°
Репутация	Новое изделие	Классика	Средняя	Классика	Средняя
Возможность организации горных прогулок	Есть	Есть	Есть	Нет	Нет
Уровень цен (\$)	160 000	От 20 000	От 266 000	От 80 000	От 150 000

Таблица. SWOT- анализ.

№	Сравниваемые средства	Сильные стороны	Слабые стороны	Возможности	Угрозы
1.	Внедорожник	Широко известное средство передвижения по любой поверхности с наибольшим среди представленных конкурентов углом работы. Может перевозить несколько человек.	Низкая проходимость по ледяному наклону, невысокая прочность колесной базы. Высокий риск переворачивания.	Использовать новые материалы для повышения прочности.	Снижение общего уровня покупательной способности, появление более дешевых аналогов с улучшенными характеристиками. Повышение стоимости бензина.
2.	Специализированный вездеход	Очень высокая проходимость по любой поверхности. Широкий выбор возможных модификаций.	Высокое потребление топлива, очень тяжелая конструкция, низкий угол работы. Высокая цена. Не известен широкому кругу пользователей, специализированная техника под определенные задачи.	Использовать двигатели с экономичным потреблением, применять новые материалы для облегчения конструкции. Производство массовых моделей, широкая рекламная компания.	Снижение общего уровня покупательной способности, появление более дешевых конкурентов. Повышение стоимости бензина.
3.	Трактор, бульдозер	Самое распространенное гусеничное средство передвижения.	Очень тяжелый, каждая модификация применяется только для определенных целей. Высокое потребление топлива. Очень низкий угол работы двигателя. Высокий риск переворачивания.	Применение новых материалов конструкции для снижения веса и увеличения угла работы ДВС. Использовать двигатели с экономичным потреблением.	Недолговечность конструкции, снижение уровня покупательной способности. Повышение стоимости бензина.
4.	Ратрак	Повышенный угол работы ДВС. Широкая база конструкции позволяет передвигаться по снежному насту без риска провалиться.	Специализированное применение только для расчистки и укатки горнолыжных трасс. Импортные разработки	Уменьшить вес, сделать более экономичным расход топлива, сделать дешевле. Расширение спектра применения.	Снижение общего уровня покупательной способности, повышение стоимости бензина, сложный ремонт.

			очень дорогие.		
5.	Клайфер	Всесезонно, нет риска перевернуться, грузопассажирский отсек всегда находится в горизонтальном положении, может перевозить несколько человек, самый высокий угол работы двигателя , возможность использования инвалидами.	Не известно широкому кругу пользователей.	Активная реклама, привлечь фонды поддержки инвалидов, использование новых материалов.	Снижение общего уровня покупательной способности.

Из последней таблицы видно, что главными конкурентными преимуществами данного проекта являются: самый большой угол работы двигателя; всесезонность.

5. Стратегия проникновения на рынок и ценовая политика

Главной целью ООО «ИН-Новатор» является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должно стать так называемое «снятие сливок», так как это будет новый продукт на рынке. Надо уделить повышенное внимание использованию новых материалов и комплектующих для повышения безопасности и времени межремонтного периода.

Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия экспансии на новые рынки сбыта продукции.

Исходя из целей и стратегии маркетинга, а также с учетом эластичности спроса, установление цен будет осуществляться методом «издержки + прибыль» с учетом величины ожидаемого спроса. Цены за единицу товара будут рассчитываться из учета уровня спроса и издержек и целевой прибыли.

На данный момент мы ставим перед собой следующие основные цели:

1. Максимально возможная прибыль.
2. Обеспечение и благосостояние рабочих.
3. Положение на рынке.
4. Максимальная производительность.
5. Разработка технологии и производство продукта.

Все это должно будет способствовать быстрому росту предприятия.

Остановимся подробнее на каждом из вышеперечисленных пунктов:

1. Максимально возможная прибыль является основной целью, ради которой создается предприятие. Под максимально возможной мы понимаем прибыль, получаемую при полном использовании всех производственных и человеческих ресурсов.
2. Нанимая рабочих, мы берем на себя ответственность за их уровень жизни. Соответственно, чем выше этот уровень, тем значительнее кажется организация. Следовательно, в наших интересах обеспечить своих рабочих, прежде всего, конкурентно-способной зарплатой, а также другими возможными благами. Имидж преуспевающей фирмы внушает окружающим уверенность, а это значит, что у них появится желание заключить контракт именно с такой фирмой.
3. Положение на рынке является второй по значимости из поставленных целей. В нее входит завоевание основной доли рынка продаж специализированного оборудования для служб МЧС и горнолыжных и туристических баз в России.
4. Прибыль предприятия прямо пропорционально зависит от его производительности, следовательно, только при максимальной производительности и, кроме того, при использовании всех производственных ресурсов можно добиться максимальной прибыли.
5. Лишь с внедрением новых современных технологий, постоянно улучшая качество изделий и расширяя список выпускаемой продукции, предприятие может добиться успеха. Мы намерены твердо следовать этому правилу.

Достижение этих целей возможно лишь при быстром развитии производства. Все остальное зависит от руководства предприятия, от умения правильно использовать имеющиеся у фирмы ресурсы, от четкого контролирования протекающих в фирме процессов.

Производимую продукцию мы планируем распространять на специализированных выставках, через Интернет и непосредственно на базах активного отдыха.

У нас довольно доступные расчетные цены для нового средства проката и перевозки грузов в условиях высокогорья, что тоже будет способствовать продвижению товара на рынок.

Перед предприятием стоит задача войти на рынок специализированных средств МЧС и оборудования для проката туристов и перевозки грузов на горнолыжных базах и курортах в России. Планируется заявить об участии на всех профильных выставках и показах, как региона, так и страны и ближнего зарубежья.

Стратегия конкурентов не агрессивна. Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что у нас есть довольно перспективная маркетинговая возможность выхода на рынок активного отдыха и спорта.

Реализация рекламы.

Для достижения поставленных целей планируется развернуть широкомасштабную рекламную кампанию с целью ознакомления потребителей с продукцией и ценами на нее.

Таблица. Каналы продвижения на рынок.

Пути продвижения	Цена, руб.	Количество	Стоимость в месяц, руб.	Количество публикаций в год
Реклама по местному телевидению	1000/мин.	10	10 000	6
Реклама в газете	150	100	15000	6
Реклама на радио	260	10	2600	12
Реклама на транспорте		0	0	0
Распространение буклетов	0.15	1000	150	12
Использование Интернет рекламы		0	0	0
Участие в форумах и выставках			10000	12

Расходы на маркетинг планируется финансировать за счет фонда развития производства.

Рассмотрим предполагаемые объемы продажи продукции в зависимости от изменений на рынке.

Таблица. Прогноз объема продаж.

Прогнозируемый объем продаж (\$)	2011	2012
Максимальный	27 600 000	36 800 000
Средний	24 000 000	32 000 000
Минимальный	20 400 000	27 200 000

Данные о росте рынка были определены путем построения трех сценариев: рост рынка по максимальному варианту рассчитывался исходя из неизменности численности населения, увеличения ежегодно доли покупателей до 50%. Минимальный вариант предусматривает сохранение всех пропорций (числа пенсионеров и доли покупателей общей численности населения) и изменение численности населения в соответствии с наметившимися тенденциями, уменьшение доли продаж на 15% в год. Таким образом, прогнозируемые

объемы продаж могут значительно колебаться в зависимости от социально-экономических, демографических и прочих факторов.

6. План производства

Производственный процесс заключается в заказе готовых изделий у третьих лиц по договорам.

Бизнес план рассчитан на производство 350 ед. изделия за 3 года. При таком количестве в самом отрицательном для нас варианте развития продаж и проката предприятие достигнет точки безубыточности к середине 3 года существования.

План действий по реализации проекта:

1. Техническое задание на проектирование.
2. Научно-исследовательская работа:
 - изыскание новых принципов построения, отвечающих заданным требованиям;
 - изыскание (разработка) на базе известных принципов инженерных методов проектирования;
 - изыскание методов оптимизации характеристик.
3. Эскизное проектирование:
 - определение основных характеристик;
 - расчет параметров и выбор конструкции.
4. Техническое проектирование:
 - разработка рабочих чертежей;
 - выпуск комплекта схемной, монтажной и текстовой документации.
5. Изготовление опытного образца.
6. Испытания опытного образца.
7. Доработка конструкторской документации для серийного производства.
8. Изготовление партии изделия.

Себестоимость продукции.

Общая сумма затрат на производство продукции может измениться из-за:

- объема производства продукции и ее структуры;
- уровня переменных затрат на единицу продукции;
- суммы постоянных расходов.

Переменные затраты включают в себя:

1. Прямые материальные затраты.
2. Услуги.

Постоянные затраты состоят из:

1. Амортизации.
2. Арендной платы.
3. Повременной зарплаты рабочих и административно-управленческого персонала.

Исходя из всего вышеперечисленного, произведем расчет себестоимости нашей продукции.

В нашем случае точную себестоимость единицы товара посчитать не представляется возможным, так как не известны материалы производства и их количество. Наиболее близкий к нам аналог – трактор-бульдозер. Себестоимость его производства при аналогичных объемах в среднем 50 000 \$/шт. Принимаем себестоимость нашего изделия – 50 000 \$/шт.

Можно с уверенностью сказать, что в действительности себестоимость нашего изделия будет ниже \$50 000 дол., так как существуют импортные аналоги из более дешевых материалов с

пониженной себестоимостью. Отсюда можно сделать вывод, что расчетная прибыль будет выше.

7. Организационный план

В качестве правового статуса мы выбрали общество с ограниченной ответственностью с уставным капиталом 10 тыс. рублей. У нас один учредитель, он же исполняет обязанности директора.

Форма собственности – частная.

Штат сотрудников:

- директор;
- бухгалтер;
- главный инженер;
- офис-менеджер.

Нестеров Илья Владимирович, единственный учредитель ООО «ИН-Новатор», директор, автор и патентообладатель:

- закончил электротехнический факультет Челябинского политехнического института, продолжительное время работал в Российском федеральном ядерном центре ВНИИТФ (РФЯЦ ВНИИТФ) руководителем группы, затем в службе заказчика администрации г.Снежинска инженером-электриком, коммерческих структурах главным энергетиком;
- в 2007 г. решил воплотить в интеллектуальную собственность результаты своего многолетнего труда, в 2008 г. получен патент РФ на полезную модель, в 2009 г. – патент РФ на изобретение (см. Краткий обзор компании);
- в 2009 г. зарегистрировал ООО «ИН-Новатор» для разработки универсальных транспортных средств на основе полученных патентов.

Логвинов Евгений Борисович, главный инженер:

- закончил факультет технологии машиностроения Снежинского филиала МИФИ, продолжительное время работал в РФЯЦ ВНИИТФ технологом, в коммерческих структурах главным инженером;
- занимается разработкой технических заданий, курированием проектов в части связей заказчика и подрядчиков.

Вдовкина Любовь Ивановна, бухгалтер (совместитель):

- закончила Оренбургский техникум механизации и учета, продолжительное время работает по специальности в организациях г.Снежинска.

Вантрусова Галина Юрьевна, офис-менеджер:

- закончила факультет ВМиК МГУ, работала программистом (РФЯЦ ВНИИТФ, Крымская летно-экспериментальная база летно-исследовательского института, образовательные учреждения г.Снежинска);
- выполняемые функции: делопроизводство, кадровый учет, мониторинг и техническое сопровождение мероприятий по продвижения проектов.

Подобраны кандидатуры на должности: научный руководитель, заместитель директора (руководитель проектов), главный бухгалтер, экономист, патентный поверенный, юрисконсульт.

Зарплата наших работников напрямую зависит от прибыли. При увеличении прибыли выдаются премии. Средний возраст наших работников составит 45 лет.

Рабочие места

1-й год проекта	2-й год проекта	3-й год проекта	ИТОГО
7	7	9	9

Выработка на сотрудника

1-й год проекта(руб./чел)	2-й год проекта(руб./чел)	3-й год проекта(руб./чел)	ИТОГО (руб./чел)
204 000	240 000	300 000	744 000

8. Финансовый план

Все расчеты проводились с учетом спроса, приведенного в разделе «Стратегия проникновения на рынок и ценовая политика». Так как планируется, что подготовительный этап реализации проекта составит 6 месяцев, то для упрощения таблиц и их наглядности подготовительный период в финансовый план не включается.

Для осуществления проекта необходим заемный капитал в форме инвестирования 7 820 161 \$. Средства идут на проведение НИОКР и выпуск партии изделий (350 шт). Период действия инвестиционного договора составит 3 года.

План доходов и расходов.

Так как вычислительная техника предоставлена бизнес-инкубатором по условию договора безвозмездного пользования, то ее амортизацию можно не учитывать. На первом году работы предприятия предполагается провести НИОКР и подготовить техническое задание для выпуска партии изделия. Для этого в настоящее время с ООО «ЧП ВТИ» был заключен договор о намерениях, по которому ООО «ЧП ВТИ» обязуется выполнить все работы, приведенные ниже в таблице, в установленные сроки (15 мес.) и за сумму 90 161 \$. Сумма включает в себя затраты на оплату работников ООО «ИН-Новатор».

Календарный план выполнения НИОКР, 1-й этап проекта

№ этапа	Наименование работ по основным этапам НИОКР	Сроки выполнения работ (начало-окончание, мес)	Стоимость этапа, дол.	Форма и вид отчетности
1	Проектирование	Месяц 1- месяц 3		
1.1	1.Разработка технического задания 2.НИР: Поиск принципа 3.НИР: Оптимизация характеристик 4. Маркетинговые исследования	Месяц 1	1 016	Аннотационный научно-технический отчет. Акт сдачи-приемки работ по подэтапу
1.2	1.Разработка эскизного проекта 2.Расчет параметров и выбор конструкции 3. Разработка и испытания макета 3.1 Разработка КД на макет 3.2 Изготовление макета 3.3 Опытная отработка макета 4. Маркетинговые исследования	Месяц 2 – Месяц 3	2 632	Научно-технический и финансовый отчеты. Акт сдачи-приемки работ по подэтапу
2	Создание конструкторской документации на опытный образец (ОО)	Месяц 4 – месяц 6		
2.1	1.Расчет прочностных и массогабаритных характеристик 2.Разработка КД на ОО 3.Маркетинговые исследования	Месяц 4 – месяц 6	3 948	Научно-технический и финансовый отчеты. Акт сдачи-приемки работ по подэтапу

3	Создание и отработка опытного образца (ОО)	Месяц 7 – месяц 15		
3.1	1. Приобретение материалов комплектующих для ОО 2. Изготовление и сборка ОО 3. Маркетинговые исследования	Месяц 7 – месяц 12	66 667	Научно-технический и финансовый отчеты. Акт сдачи-приемки работ по подэтапу
3.2	1. Отладка режимов работы 2. Испытания ОО 3. Маркетинговые исследования	Месяц 13 – месяц 14	12 564	Технический отчет. Акт сдачи-приемки работ по подэтапу
4	1. Доработка конструкторской документации для серийного производства 2. Маркетинговые исследования	Месяц 15	3 334	Аннотационный научно-технический отчет. Акт сдачи-приемки работ по подэтапу
ИТОГО			90 161	

Упрощенная структура финансового плана. P&L

	1-й год реализации проекта				2-й год реализации проекта			
	1-й квартал	2-й квартал	3-й квартал	4-й квартал	1-й квартал	2-й квартал	3-й квартал	4-й квартал
ОСНОВНЫЕ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ								
Курс рубля к доллару США, руб./\$								
Объем продаж, в натур.выражении	0,00	0,00	0,00	0,00	32,00	32,00	32,00	32,00
Цена за единицу товара (услуги), руб.	0,00	0,00	0,00	0,00	4800000,00	4800000,00	4800000,00	4800000,00
Стоимость часа проката изделия, руб./час	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Стоимость сырья (материалов), руб./ед.	0,00	0,00	0,00	0,00	1500000,00	1500000,00	1500000,00	1500000,00
Объем производства изделия, шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	38,00	38,00	37,00	37,00
Ставка аренды помещений, руб/кв.м	179,28	179,28	179,28	179,28	268,92	268,92	268,92	268,92
Арендуемая площадь, кв.м	44,02	44,02	44,02	44,02	44,02	44,02	44,02	44,02
Ставки основных налогов, %								
налог на добавленную стоимость	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
налог на доходы физических лиц	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
единый социальный налог	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
налог на прибыль								
ЗАТРАТЫ, \$	947257,91	947257,91	947257,91	947257,91	66768449,44	66275713,54	64550713,54	64550713,54
Зарплата персонала и приравненные к ней выплаты, всего	312000,00	312000,00	312000,00	312000,00	373800,00	373800,00	373800,00	373800,00
зарплата административного персонала и бэк-офис	312000,00	312000,00	312000,00	312000,00	373800,00	373800,00	373800,00	373800,00
зарплата производственного персонала								
зарплата коммерческого персонала								
бонусы, премии и проч.выплаты персоналу								
сумма налога на доходы физических лиц	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
сумма единого социального налога	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Производственные затраты, всего	40491,91	40491,91	40491,91	40491,91	65614413,54	65614413,54	63889413,54	63889413,54
стоимость аренды помещений	7891,91	7891,91	7891,91	7891,91	11837,86	11837,86	11837,86	11837,86
стоимость сырья (материалов)	0,00	0,00	0,00	0,00	57000000,00	57000000,00	55500000,00	55500000,00
офисные и канцелярские расходы								
комплектующие								
транспортные расходы	16300,00	16300,00	16300,00	16300,00	30000,00	30000,00	30000,00	30000,00
связь	16300,00	16300,00	16300,00	16300,00	16300,00	16300,00	16300,00	16300,00
текущий ремонт								
прочие производственные затраты (указать, какие)								
сумма налога на добавленную стоимость	0,00	0,00	0,00	0,00	8556275,68	8556275,68	8331275,68	8331275,68
Коммерческие расходы, всего	594766,00	594766,00	594766,00	594766,00	780235,90	287500,00	287500,00	287500,00

	расходы на рекламу	37500,00	37500,00	37500,00	37500,00	37500,00	150000,00	150000,00	150000,00
	расходы на PR и promotion								
	маркетинговые и иные исследования рынка								
	расходы на дистрибуцию								
	представительские расходы	16300,00	16300,00	16300,00	16300,00	100000,00	100000,00	100000,00	100000,00
	прочие коммерческие расходы (НИОКР+изготовление Опытного образца)	540966,00	540966,00	540966,00	540966,00	540966,00			
	сумма налога на добавленную стоимость	0,00	0,00	0,00	0,00	101769,90	37500,00	37500,00	37500,00
	ВЫРУЧКА, \$	0,00	0,00	0,00	0,00	130560000,00	130560000,00	130560000,00	130560000,00
	Объем продаж по основному виду деятельности	0,00	0,00	0,00	0,00	153600000,00	153600000,00	153600000,00	153600000,00
	Прочие поступления (прокат изделия)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	сумма налога на добавленную стоимость	0,00	0,00	0,00	0,00	23040000,00	23040000,00	23040000,00	23040000,00
	ПРИБЫЛЬ (+) / УБЫТОК (-) ЗА ПЕРИОД (ДО НАЛОГОВ)	-947257,91	-947257,91	-947257,91	-947257,91	63791550,56	64284286,46	66009286,46	66009286,46
	То же накопленным итогом	-947257,91	-1894515,81	-2841773,72	-3789031,62	60002518,94	124286805,40	190296091,87	256305378,33

		3-й год реализации проекта			
		1-й квартал	2-й квартал	3-й квартал	4-й квартал
ОСНОВНЫЕ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ					
	Курс рубля к доллару США, руб./\$				
	Объем продаж, в натур.выражении	42,00	42,00	43,00	43,00
	Цена за единицу товара (услуги), руб.	4800000,00	4800000,00	4800000,00	4800000,00
	Стоимость часа проката изделия, руб./час	0,00	0,00	0,00	0,00
	Стоимость сырья (материалов), руб./ед.	1500000,00	1500000,00	1500000,00	1500000,00
	Объем производства изделия, шт.	50,00	50,00	50,00	50,00
	Ставка аренды помещений, руб/кв.м	358,56	358,56	358,56	358,56
	Арендуемая площадь, кв.м	44,02	44,02	44,02	44,02
	Ставки основных налогов, %				
	налог на добавленную стоимость	15,00%	15,00%	15,00%	15,00%
	налог на доходы физических лиц	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	единый социальный налог	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
	налог на прибыль				
	ЗАТРАТЫ, \$	87151321,38	87151321,38	87151321,38	87151321,38
	Зарплата персонала и приравненные к ней выплаты, всего	429870,00	429870,00	429870,00	429870,00
	зарплата административного персонала и бэк-офис	429870,00	429870,00	429870,00	429870,00
	зарплата производственного персонала				
	зарплата коммерческого персонала				
	бонусы, премии и проч.выплаты персоналу				

	сумма налога на доходы физических лиц	0,00	0,00	0,00	0,00
	сумма единого социального налога	0,00	0,00	0,00	0,00
	Производственные затраты, всего	86318951,38	86318951,38	86318951,38	86318951,38
	стоимость аренды помещений	15783,81	15783,81	15783,81	15783,81
	стоимость сырья (материалов)	75000000,00	75000000,00	75000000,00	75000000,00
	офисные и канцелярские расходы				
	комплектующие				
	транспортные расходы	30000,00	30000,00	30000,00	30000,00
	связь	16300,00	16300,00	16300,00	16300,00
	текущий ремонт				
	прочие производственные затраты (указать, какие)				
	сумма налога на добавленную стоимость	11256867,57	11256867,57	11256867,57	11256867,57
	Коммерческие расходы, всего	402500,00	402500,00	402500,00	402500,00
	расходы на рекламу	150000,00	150000,00	150000,00	150000,00
	расходы на PR и promotion				
	маркетинговые и иные исследования рынка				
	расходы на дистрибуцию				
	представительские расходы	200000,00	200000,00	200000,00	200000,00
	прочие коммерческие расходы (НИОКР+изготовление Опытного образца)				
	сумма налога на добавленную стоимость	52500,00	52500,00	52500,00	52500,00
	ВЫРУЧКА, \$	171360000,00	171360000,00	175440000,00	175440000,00
	Объем продаж по основному виду деятельности	201600000,00	201600000,00	206400000,00	206400000,00
	Прочие поступления (прокат изделия)	0,00	0,00	0,00	0,00
	сумма налога на добавленную стоимость	30240000,00	30240000,00	30960000,00	30960000,00
	ПРИБЫЛЬ (+) / УБЫТОК (-) ЗА ПЕРИОД (ДО НАЛОГОВ)	84208678,62	84208678,62	88288678,62	88288678,62
	То же накопленным итогом	340514056,95	424722735,56	513011414,18	601300092,80

Таблица. Счет прибылей и убытков.

Доходы и расходы по обычным видам деятельности	За 2-ой год (\$)	Всего (\$)
Выручка от продажи (минимум)	20 400 000	47 600 000
Упрощенная система налогообложения	1 224 000	2 856 000
Чистая выручка	19 176 000	44 744 000
<i>Переменные затраты</i>		
Заявка на производство партии изделий	7 500 000	17 500 000
<i>Постоянные затраты</i>		
Персонал	47 600	193 600
Аренда	1 640	4 920
ФСС	584	1 751
Прочее	6 520	19 560
Фонд развития производства	3 000	10 000

Таблица. Расчет денежных потоков.

Инвестиционная деятельность	
Наименование затрат	За 3 года (\$)
Первоначальные затраты	7 820 161
<i>Операционная деятельность</i>	
Выручка от реализации	47 600 000
Упрощенная система налогообложения	2 856 000
Переменные затраты	17 500 000
Постоянные затраты	319 992
Балансовая прибыль	26 924 008
Чистая прибыль	26 924 008
Суммарный денежный поток по операционной деятельности	26 924 008

ЧДД (NPV) = 6 905 570

ИД = 3,44

ВНД = 60%

ИД – индекс доходности. Он показывает норму отдачи на вложенный капитал.

ИД = 3,44 > 1, это значит, что сумма результатов по проекту больше, чем сумма вложенных средств, следовательно, проект является выгодным.

Внутренняя норма доходности предприятия равна 60%.

Определение предела безубыточности.

Сумма маржинального дохода = Чистая прибыль – переменные издержки обращения.

\$44 744 000 – \$17 500 000 = \$34 634 055

Коэффициент маржинального дохода в выручке – это соотношение между переменными издержками и товарооборотом.

Коэффициент маржинального дохода = Сумма маржинального дохода:

Чистая прибыль.

$\$34\,634\,055 : \$44\,744\,000 = 0,77$

Предел безубыточности (бесприбыльный оборот) соответствует такому объему реализации, при котором величина прибыли предприятия равно нулю.

Предел безубыточности = постоянные издержки x 100% : Доля маржинального дохода.

$\$319\,992 \times 100\% : 0,77 = \$415\,574$

Ясно, что предел безубыточности наступает при объеме реализации равном 415574 \$, то есть уже вначале второго года работы предприятия.

Анализ рисков:

1. Возможные риски и источники их возникновения:
 - 1) коммерческие риски:
 - риск, связанный с реализацией товара;
 - риск, связанный с доставкой товара;
 - 2) политические риски:
 - риск, связанный с политической обстановкой в стране (забастовки, войны).
2. Источники возникновения рисков:
 - ✓ недостаточное изучение рынка сбыта;
 - ✓ недооценка конкурентов;
 - ✓ падение спроса на товар.
3. Меры по сокращению рисков:
 - ✓ детальное изучение рынка;
 - ✓ анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
 - ✓ страхование имущества.

Вывод: в целом можно сказать, что данный проект обладает инвестиционной привлекательностью, т.к. предполагается, что год от года предприятие будет расширяться, открывать филиалы, увеличивать ассортимент, вводить новые услуги, а, следовательно, увеличатся объемы продаж, и возрастет прибыль, что является главным для инвестора. Данный проект хорош тем, что в отличие от конкурентов наше устройство инновационное на рынке, а, значит, будет пользоваться спросом как новинка.

Настоящий проект является выгодным еще и потому, что финансовый результат **значительно** превышает сумму вложенных средств. Страхование рисков инвестора заключается в том, что если фирма не продаст ни одного экземпляра изделия, то оплатить полученные инвестиции мы сможем произведенным товаром.

9. Заключение

В настоящее время инновационный бизнес развивается достаточно высокими темпами, и устройства для организации услуг проката на горном рельефе, а так же доставка грузов в труднодоступные районы гор всегда будут пользоваться популярностью у соответствующих организаций.

Главной целью ООО «ИН-Новатор» является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению абсолютно новой продукции более высокого качества и по более низким ценам, а также расширение ассортимента услуг. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, выход на неосвоенные рынки (отдых людей с ограниченными возможностями), ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создание положительного имиджа устройства.

Основными преимуществами проектируемого устройства являются: возможность снижения себестоимости и цен, повышение производительности за счет использования нового оборудования, расширения ассортимента услуг.

Разработав данный бизнес-план, мы хотим показать, что открытие инновационного предприятия весьма прибыльное дело, и реализация проекта по производству разработанных нами изделий является экономически целесообразной.