

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

Конкурсна робота

на тему: «Створення проекту підтримки
малого бізнесу (на прикладі фірми фото
послуг ПП «Фотон»)»

Виконав: студент 5-ЕМі

Чмирь О.В.

Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри
менеджменту і адміністрування

Болдирєва Л.М.

Полтава – 2012

ЗМІСТ

Додаток 1.....	23
Додаток 2.....	24
Додаток 3.....	25
2	
Додатки	

ВСТУП

Перехід України до динамічного розвитку економіки пов'язаний зі становленням високоефективного соціально орієнтованого ринкового господарства, яке базується на підприємницьких здібностях людей. Побудова в Україні соціально орієнтованої ринкової економіки європейського типу неможлива без підвищення підприємницької активності її громадян.

Особливе місце в економічній системі держави і в житті суспільства відводиться малому підприємництву. Це зумовлено тим, що воно є одним з провідних секторів ринкової економіки і значною мірою впливає на зайнятість, темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику внутрішнього валового продукту, структурну перебудову економіки, характеризується швидкою окупністю витрат. Мале підприємництво відіграє важливу роль у насиченні ринку споживчими товарами та послугами повсякденного попиту, реалізації інновацій, створенні додаткових робочих місць. Воно, як правило, має високу мобільність, раціональні форми управління, формує новий соціальний прошарок підприємців-власників.

В умовах нестабільної економічної ситуації, що викликана, в першу чергу наслідками світової фінансової кризи, організація малого бізнесу вимагає від підприємця пошуку більш інноваційних ідей. Однією з таких перспективних ідей є вендинговий бізнес.

Вендинговий бізнес якнайкраще підходить для молодих людей, що хочуть займатися власною справою. Такі люди зазвичай не мають значного стартового капіталу, проте є дуже активними і сприйнятливими до інновацій.

Зважаючи на це тема роботи є актуальною і має теоретичне в практичне значення. В якості прикладу практичної реалізації ідеї створення вендингового підприємства розглядається проект фірми фото послуг «Фотон», що займається установкою і обслуговуванням фотокіосків.

Вагомий внесок у дослідження проблеми організації і ведення вендингового бізнесу в Україні зробили такі вчені-дослідники, як Н. Бродецька

[6], Т. Г. Чигарин [7], В.А. Кузнецов, А.В. Шамраев, А.В.Пухов [8], А.Н. Ильченко, Д.Б. Бабаев [9], М. Кастельс [10], В.Б. Васюта [11].

Метою наукової роботи є дослідження й розробка теоретичних рекомендацій щодо розробки проекту підтримки малого бізнесу в Україні шляхом створення вендингових підприємств.

Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання:

- дослідження вітчизняного і зарубіжного досвіду функціонування вендингових підприємств;
- аналіз кон'юнктури ринку фото послуг з точки зору доцільності створення фірми з обслуговування фотокіосків;
- розробка організаційних засад та маркетингової політики новоствореного підприємства;
- розробка стратегічного плану діяльності підприємства та оцінка ризиків даного проекту;
- обґрунтування доцільності реалізації проекту.

Об'єктом дослідження було обрано проект створення фірми з установки та обслуговування фотокіосків ПП «Фотон».

Предметом роботи є сукупність теоретичних і практичних аспектів створення та управління вендинговим підприємством в Україні в умовах економічної нестабільності.

У процесі дослідження використані такі методами: економіко-математичного моделювання, аналізу і синтезу, економіко-статистичний, порівняння, системного аналізу, балансовий, оптимізації.

Результати дослідження доповідалися на десятій Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів і докторів «Менеджмент підприємницької діяльності» (Сімферополь, 3–4 квітня 2012 р.).

Структура дослідження складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Основний зміст викладено на 21 сторінках друкованого тексту, список використаних джерел налічує 16 найменувань.

1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТУ

Цифрові технології щільно входять у наше повсякденне життя - обсяги продажів ростуть у геометричній прогресії. Ринок продажів цифрових фотокамер вийшов на масового споживача - жінки й родини з дітьми замінили першопрохідців-чоловіків.

Отже, будуть збільшуватися обсяги цифрового друку тому, що для даної категорії споживачів друк знімків найбільш важливий, а друкувати їх вони будуть, в основному, поза домом.

Вендинг – це продаж товарів і послуг через торгове обладнання. Переваги, які висувають вендинговий бізнес на одне з перших місць за привабливістю, наступні.

1. Щоб почати, потрібно мати мінімальний стартовий капітал. Вендинг - один з небагатьох видів бізнесу, де витрати окуповуються дуже швидко.

2. Немає необхідності мати окремий офіс, магазин або складські площі. Для обслуговування невеликої кількості автоматів вистачить окремої квартири;

3. Мінімальні витрати на рекламу. Автомати рекламують себе самі;

4. Вендинг - це торгівля за готівку. Власник апарату не відпускає товар "на реалізацію", у нього немає боржників;

5. Вендинг - це стабільний бізнес. Статистика країн, де автоматична торгівля існує багато десятиліть, стверджує, що вендинг-оператори банкрутують та йдуть з бізнесу значно рідше, ніж їх колеги з інших напрямів;

6. Вендинг не боїться економічних криз. За часів Великої депресії 30-х років ХХ століття в США одними з небагатьох, хто уникнув банкрутства, були власники «одинцентових» автоматів з продажу жувальної гумки.

За оцінками фахівців, кількість надрукованих цифрових знімків виросла з 15,4 млрд. в 2003-му році майже до 70 млрд. в 2009-му. Причому надрукованих цифрових знімків було більше, ніж зроблених плівковими фотоапаратами.

Незважаючи на те, що в 2005-2008 роках більша частина цифрових знімків друкувалася на домашніх принтерах, он-лайнві послуги фотодруку й цифрові фотостудії поступово збільшують свою частку ринку.

Завдяки активному розвитку ринку цифрової фототехніки, настає переломний період - період переходу від плівкової фотографії до цифрової. Щодня робляться мільйони знімків, істотна частина яких призначена для друку.

Фотокіоск, по суті, є різновидом вендингового бізнесу. Даний термінал - це автономне багатофункціональне обладнання самообслуговування, установлюване в місцях великого скупчення людей.

Фотокіоск дозволяє клієнтам виконувати наступні дії: друк фотографій із цифрових носіїв - карт пам'яті, CD і DVD - дисків, USB - накопичувачів, а також передача зображень на друк з мобільних телефонів через бездротовий інтерфейс Bluetooth і Irda, завантаження мобільного контенту (мелодії, картинки, гри і т.д.), оплата послуг стільниковому зв'язку (поповнення рахунку), фото на документи, запис із носія на носій.

Схема роботи кіоску проста - клієнт вставляє цифровий носій у відповідний привід, на екрані фотокіоску з'являється галерея всіх фотографій, що є на носії. За допомогою написів-підказок людина вибирає потрібну фотографію, обробляє її, а потім відправляє на друк, оплачує послугу й майже миттєво одержує замовлені фотографії й чек.

Крім того, щоб збільшити прибутковість кіоску, розробники доповнили їх функціями оплати стільниковому зв'язку й продажу мобільного контенту.

У цій ніші, за словами експертів, поки немає великої конкуренції, але досить гарні перспективи. Організаційно-правова форма підприємства - приватне підприємство. Така організаційно-правова форма буде оптимальною з огляду на те, що даний бізнес не потребує надто великих капіталовкладень.

Фотокіоски встановлюють у закритих приміщеннях з великою прохідністю, таких як, наприклад, торговельні комплекси, центри, супермаркети, де є напруга в 220 В.

Весь термінал займає площу в 1,5 м². Супермаркет в густозаселеному

районі міста є ідеальним місцем для розміщення даного терміналу, оскільки це місце щодня відвідують тисячі людей.

Такі заклади мають велику кількість постійних клієнтів, які в перспективі можуть стати постійними клієнтами фотокіоску. Вартість оренди названої площі в такому супермаркеті становитиме 4800 грн. на рік. Адреса фотокіоску: вул. Зіньківська 6/1а (ТРЦ «Київ»).

Розміщення в цьому місці має наступні переваги:

- зручність для клієнтів (дана будівля розташована в дуже людному місці);
- відсутність прямих конкурентів (новій фірмі, яка відкрилася наприклад в центрі міста, було б важко залучити клієнтів своїх уже відомих конкурентів).

В процесі розвитку бізнесу планується встановити фотокіоски в інших точках міста для більш широкого охоплення ринку. Перспективними місцями для встановлення обладнання є великі торгово-розважальні центри міста Полтави.

Режим роботи фотокіоску з 8 до 22 години. Це дозволить клієнтам скористатися послугами фотокіоску в будь-який зручний для них час. Контроль за роботою терміналу здійснюється дистанційно через Інтернет.

Технічні перерви на заміну витратних матеріалів здійснюються в міру їх використання (в середньому раз 15 днів) і займають не більше 30 хвилин.

Фірма планує надавати такі послуги:

- 1) миттєвий друк фотографій з будь-яких цифрових носіїв;
- 2) редагування зображень;
- 3) запис і перезапис інформації на цифрові носії;
- 4) приймання платежів за послуги стільникового зв'язку, Інтернет і т.д.;
- 5) продаж контенту для мобільних телефонів і т.д.

На сьогоднішній день на ринку працюють фірми, що надають аналогічні послуги, однак, основними недоліками конкурентних товарів і послуг є стабільно високі ціни, а також низька якість друку фотографій. Основними

перевагами проектованої фірми є:

- можливість зниження собівартості й цін;
- підвищення якості за рахунок використання новітнього обладнання;
- розширення асортиментів послуг.

Таким чином, багатофункціональність даного терміналу є суттєвою перевагою відносно фірм, які займаються виключно друком фотознімків.

2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ І ПЛАН МАРКЕТИНГУ

Останнім часом ринок фотопослуг розвивається досить високими темпами, і хоча підвищений інтерес до послуг фотофірм починає вгасати, даний вид послуг завжди буде користуватися популярністю, тому що фотографії стали невід'ємною частиною життя будь-якої родини. Люди намагаються зберегти пам'ять про найкращі моменти свого життя, тому можна розраховувати на стійкий попит на друк фотографій.

Потенційними клієнтами фірми є, в основному, місцеве населення, тобто жителі даного району. Із них користуватися послугами фотокіоску будуть, найімовірніше, молодь і молоді родини, а також інше працездатне населення у віці до 50 років.

Цільовим ринком даного бізнесу є люди, які живуть повним життям і хочуть зберегти пам'ять про його яскраві моменти. У таких людей часто немає часу чи бажання їхати в центр міста, щоб роздрукувати фотографії, заплатити за Інтернет тощо. Їм набагато зручніше зробити недалеко від дому, заодно зробивши покупки в місцевому супермаркеті, чи просто по дорозі додому. До потенційних клієнтів фотокіоску також належить молодь, яка широко цікавиться різним мобільним контентом.

Проте у молодих людей часто бракує грошей. Якщо тарифи на послуги фотокіоску будуть нижчими, ніж відповідні розцінки мобільних операторів, цю категорію населення теж зацікавить послуги даного терміналу. Молоді люди окрім усього іншого є більш сприйнятливою до нових технологій, тому вони набагато швидше освоюються з фотокіоском. Таким чином, цільовим сегментом для фірми є всі родини й самотні, крім пенсіонерів.

Крім того, послуги цифрового друку з ростом добробуту населення будуть користуватися більшим попитом у населення. Припускаючи, що у зв'язку з низьким рівнем доходів населення лише близько 30% потенційних споживачів зможуть дозволити собі користуватися фотопослугами, потенційний обсяг друку фотознімків складе близько 21,6 тис. у рік. Завдяки позитивній динаміці

розвитку ринку мобільного зв'язку, можна очікувати великого попиту на приймання платежів за послуги стільникового зв'язку та Інтернет. Орієнтовний обсяг платежів через фотокіоск складає 600 тис. грн. в рік, що при комісії в 3% забезпечить дохід 18 тис. грн. в рік.

Найближчими конкуренти фірми є: ПП «Коніка Сервіс», фірма «Об'єктив», фотостудія «Про-фото», КТ «Рубікон», студія «Світлина». Вони досить довго працюють на ринку фотопослуг і встигли себе зарекомендувати. В майбутньому конкурентами даного бізнесу можуть стати нові фотосалони, що відкриються в місті та підприємці, які теж захочуть займатись фотокіосками.

Сильними сторонами конкурентів є:

- Наявність постійної клієнтури;
- Відома назва;
- Наявність досвіду практичної роботи в даному бізнесі;

Проте вони мають і суттєві недоліки такі як досить висока ціна на послуги, низька, порівняно з сучасними стандартами, якість фото, низька швидкість друку.

Фотокіоск має такі конкурентні переваги:

- 1) Простота. Завдяки інтуїтивно зрозумілому інтерфейсу, клієнт може сам виконати необхідні операції;
- 2) Доступність. Така форма організації бізнесу суттєво знижує собівартість, а отже ціну можна встановити на цілком конкурентному рівні;
- 3) Якість фото. Обладнання багатьох фірм-конкурентів значно застаріло, є малопродуктивним і, найчастіше не дозволяє одержувати знімки високої якості;
- 4) Оперативність. Завдяки новітньому друкарському обладнанню друк фотографій відбувається майже миттєво, це звільняє клієнта від необхідності довго очікувати завершення друку;
- 5) Близькість до клієнта. Оскільки більшість фотоательє і фотосалонів розміщені в центрі міста, багатьом людям буде зручніше друкувати свої фотографії поряд з домом.

Звісно, суттєвим недоліком даного бізнесу буде те, що він є незвичним для більшості потенційних клієнтів. Це спровокує певний період «звикання та освоєння», після якого з'явиться можливість вийти на бажаний рівень рентабельності. За умов безперебійної роботи кіоску і коректного виконання ним своїх функцій цей період можна скоротити.

Головною метою проектованого підприємства є проникнення на ринок і наступне розширення ринкової частки. Головною стратегією підприємства повинна стати комплексна стратегія по наданню послуг більш високої якості й більш низьким цінам. Виходячи із цього, стратегією маркетингу обирається стратегія розширення попиту за рахунок стимулювання обсягу продажів, цінової політики й нецінових факторів конкурентної боротьби, створення позитивного іміджу фірми.

Виходячи із цілей і стратегії установа ціна буде здійснюватися методом «витрати плюс прибуток», з урахуванням величини очікуваного попиту й поведінки конкурентів. З метою розширення ринку збуту й стимулювання попиту на послуги планується встановлення мінімальних надбавок друку однієї фотокартки (у межах 15% до повної собівартості). Ціни на послуги будуть розраховуватися виходячи з рівня попиту й витрат і цільовому прибутку.

Для досягнення поставлених цілей планується розгорнути невелику рекламну компанію з метою ознайомлення споживачів із послугами фотокіоску і цінами на них. Як відомо, задоволений клієнт порадить товар чи послугу, що йому сподобались, в середньому 7-10 своїм знайомим. Для залучення перших клієнтів і популяризації нового виду послуг планується використати такі рекламні прийоми:

- роздача рекламних листівок перехожим;
- розміщення оголошень (плакатів) в громадському транспорті та на зупинках;
- встановлення лайтбокса.

Як правило, зараз містах, власники різних, зокрема торговельних, фірм прагнуть до того, щоб максимально залучити до себе увага споживачів, і у

зв'язку в цим досить часто можна побачити в лайтбоксах використання фірмового логотипа або окремих елементів бренда. В даному випадку встановлення лайтбокса не тільки забезпечить упізнаваність, але і значно скоротить період «освоєння» споживачами нової послуги.

Розміщення фотокіоску в людному місці саме по собі приверне увагу потенційних клієнтів.

Прогнозовані обсяги надання послуг за часом та за окремими видами послуг фірми наведені в додатку 1. Прогнози виконані в трьох варіантах:

- песимістичний прогноз (за умов повільного освоєння та низького пориту на послуги);
- найімовірніший (за умови збереження тенденції попиту);
- оптимістичний прогноз (за умов швидкого освоєння та високого пориту на послуги).

Таким чином, як видно з розрахунків, наведених у додатку 1 реалізація даного проекту є економічно доцільною навіть в за умов повільного освоєння та низького пориту на послуги.

3. ОПЕРАЦІЙНИЙ І ФІНАНСОВИЙ ПЛАН ДІЯЛЬНОСТІ ПІД-ПРИЄМСТВА

Як уже зазначалось принцип роботи фотокіоску надзвичайно простий і ґрунтується на самообслуговуванні. Клієнт самостійно виконує ряд нескладних операцій:

- вставляє цифровий носій у відповідний привід;
- вибирає потрібну фотографію за допомогою написів-підказок на екрані;
- за бажання обробляє фотографію, використовуючи програмні графічні інструменти;
- відправляє її на друк;
- оплачує послугу за допомогою вбудованого купюроприймача;
- одержує замовлені фотографії й чек.

Залежно від кількості фотографій даний процес займає від 1 до 5 хвилин.

Процес сплати за послуги стільникового зв'язку та Інтернет здійснюється так само як на звичайному POS-терміналі:

- вибір послуги;
- вибір мобільного оператора чи провайдера;
- введенні номера;
- оплата за допомогою купюро приймача;
- отримання чека.

Завантаження мобільного контенту здійснюється аналогічно подібній операції на мобільному телефоні.

Забезпечення виробничого процесу витратними матеріалами (фарба, фотопапір, чекова стрічка) здійснюється в міру їх використання. Витратні матеріали закупаються у постачальників з запасом, щоб мати можливість замінити їх в будь який момент.

Функціонування даного бізнесу не потребує додаткового устаткування

крім самого фотокіоску. Фотокіоск являє собою невеликий металевий корпус, куди вбудовані спеціальний принтер, комп'ютер із сенсорним екраном, купюро- і монетоприймач, а також система друку чеків і привід для цифрових носіїв. Термінал планується придбати у компанії «Вендмастер» за ціною 32000 грн. Оскільки в м. Полтаві немає представництва даної компанії, додаткові витрати на транспортування та установку обладнання становитимуть 800 грн. Оскільки фотокіоск є високотехнологічним обладнанням, доцільно встановити місячну норму амортизації на рівні 3% первісної вартості. Це дозволить повністю амортизувати вартість обладнання за 2 роки і 9 місяців. Середній строк експлуатації фотокіосків – 3 роки.

Для ведення даного бізнесу необхідні такі ресурси: фарба, фотопапір, чекова стрічка, комплектуючі до фотокіоску, доступ до мережі Інтернет, електроенергія. Перші 3 види ресурсів закупаються комплексно. Потреба в ресурсах їх вартість та постачальники наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Відомості про постачальників та потребу виробничих ресурсів.

№	Найменування сировини, матеріалів тощо	Потреба		Постачальник
		шт.	грн.	
1	Комплет витратних матеріалів	24	38400	ТОВ "Тайфун"
2	Комплектуючі (запасні деталі)	3	7200	Компанія "Вендмастер"
3	Доступ до мережі Інтернет	-	320	Компанія "Воля"
4	Електроенергія	-	480	ВАТ "Полтаваобленерго"

Планується, що закупівлі витратних матеріалів, фотоапаратів і іншої фотопродукції будуть здійснюватися один раз на місяць. Виходячи з інтервалу між поставками розраховується поточний, страховий і транспортні норми запасів. Середня норма запасів для підприємства встановлюється в розмірі 30

днів.

Специфіка діяльності в сфері надання фотопослуг вимагає особливої уваги до місця розташування майбутньої фірми. Для фотокіоску необхідно, щоб його місце розташування було як можна більш зручним для жителів міста - його потенційних клієнтів.

У той же час, необхідно враховувати також і місце розташування конкурентів, а також вартість і наявність необхідних площ у даному районі. З метою виявлення найбільш вдалого місця розташування фотокіоску були оцінені переваги й недоліки місця розташування терміналу в декількох точках міста.

Фотокіоск планується встановити в торгово-розважальному центрі «Київ» за адресою вул. Зіньківська 6/1а. Це місце вибрано, зважаючи на те що воно є точною перетину великих потоків людей, що повинно забезпечити підприємству стабільний дохід. Передбачається орендувати там необхідну площу – 1,5 м². Договір оренди передбачає щомісячну орендну плату в розмірі 400 гривень. Договір укладається строком на 5 років

На діяльність фотокіоску можуть впливати наступні фактори:

– зміна цін на окремі види матеріальних. В такому випадку фірма буде вимушена підняти ціни на свої послуги пропорційно зростанню собівартості.

– імовірність появи нових технологій надання окремих видів послуг. Оскільки фотокіоск на даний час сам є об'єктом нових технологій, такий розвиток подій є досить далекою перспективою. Проте в такому разі можна буде знизити ціну на послуги або замінити наявний фотокіоск на більш функціональну або більш технологічну модель.

– юридичні обмеження стосовно виробничих процесів. Експлуатація фотокіоску не має особливих обмежень щодо санітарно-екологічних норм і вимог до утилізації відходів виробництва.

Виходячи з потреби в капіталі й умов створення приватних підприємств і господарчих товариств в Україні, регульованих законами України «Про

підприємства» і «Про господарські товариства», найбільш прийнятною організаційною формою підприємства для даного проекту є Приватне підприємство «Фотон». Така організаційно-правова форма буде оптимальною з огляду на те, що даний бізнес не потребує надто великих капіталовкладень. Звучна назва також дозволить створити упізнаваний бренд. Засновником Приватного підприємства «Фотон», відповідно до статуту є Чмирь О.В. Таким чином, дана стратегія створення фірми дозволить на першому етапі її існування забезпечити її ефективне управління й контроль над діяльністю.

Важливою особливістю даного бізнесу є те, що він заснований на самообслуговуванні, тобто майже не вимагає витрат людських ресурсів. Тут відсутня необхідність у найманні будь-яких консультантів, продавців, касирів. Більш того всього одна людина здатна обслуговувати до 10 таких кіосків. Приватний підприємець сам слідкує за кількістю витратних матеріалів в кіоску та його функціональним станом через Інтернет, проводить заміну комплектів витратних матеріалів чи деталей. Це дозволяє не залучити додаткових найманих робітників і суттєво знизити собівартість послуг.

Оскільки даний вид бізнесу є новим для м. Полтави він має додаткові фактори ризику порівняно з уже існуючими. Також ризиковість проекту підвищує той факт, що він є високотехнологічним. Проте враховуючи відсутність необхідності в найманих робітниках він не має особливих соціальних ризиків. Основні ризики полягають у можливості непередбачуваних витрат, що підвищують собівартість послуг. Всі можливі ризики проекту можна класифікувати так:

1. Ризики підготовчої стадії:
 - 1.1. Непередбачувані витрати;
 - 1.2. Валютний ризик;
 - 1.3. Несвоєчасна поставка комплектуючих;
 - 1.4. Несвоєчасна підготовка обладнання;
 - 1.5. Недобросовісність підрядників.
2. Фінансово-економічні:

- 2.1. Нестабільність попиту;
- 2.2. Поява альтернативного продукту;
- 2.3. Зростання податків;
- 2.4. Зниження цін конкурентами;
- 2.5. Зростання цін на матеріали;
- 2.6. Нестача оборотних засобів.
3. Соціальні:
 - 3.1. Ставлення місцевої влади;
4. Технічні:
 - 4.1. Нестабільність якості сировини;
 - 4.2. Новизна технологій;
 - 4.3. Відсутність резерву потужностей.
5. Екологічні:
 - 5.1. Шкідливість виробництва.

Визначення пріоритетних ризиків прямо пов'язане із соціально-економічною ситуацією в країні. Оскільки вона істотно пов'язана з неплатежами, то всі ризики, пов'язані із системою розрахунків, мали перший пріоритет. Другий пріоритет був відданий технічним факторам. Усі інші фактори одержали третій пріоритет.

На думку експертів даного ринку найбільш значними (імовірними) є такі ризики:

- Новизна технологій – 17% всіх ризиків;
- Зростання цін на матеріали – 14 %;
- Валютний ризик - 14%;
- Непередбачені витрати – 12%;
- Нестабільність попиту – 12%.

У якості умов запобігання ризиків можуть бути рекомендовані наступні заходи:

- 1) Страхування майна;

- 2) Укладання договорів з фіксованими сумами;
- 3) Детальне планування підготовчої стадії проекту з метою зниження ризику непередбачених витрат;
- 4) Укладання довгострокових контрактів з постачальниками з чіткими умовами й штрафними санкціями;
- 5) Використання механізмів страхування валютних ризиків (хеджування й ін.).

Усі розрахунки проводилися з врахуванням наведеного в розділі 4 прогнозу попиту по середньому варіанту, як найбільш імовірному. Витрати на придбання сировини, устаткування і т.д. переносяться на перший місяць запуску проекту, а витрати на придбання устаткування не включаються в план доходів і витрат і план руху грошових коштів. Ці витрати відбиваються в виробничому плані. Для розрахунку плану доходів і витрат використані середні ціни на послуги з урахуванням планового зниження цін. План доходів і витрат фірми наведено в додатку 2. Як видно з плану отримання фірмою чистого прибутку можна очікувати вже через 1 рік. Як свідчить світовий досвід цей строк відповідає середньому строку окупності фотокіосків. В разі виконання даного плану за 5-й рік діяльності фірма зможе отримати прибуток у розмірі 22,38 тис. грн., загалом відповідає середньому показнику прибутків в даній галузі.

Рівень беззбитковості визначався виходячи з найменшого рівня цін без податку на додану вартість (рис. 1). У зв'язку з тим, що при наданні декількох видів послуг розділити витрати на постійні й змінні досить складно, точка беззбитковості розраховувалась окремо тільки для друку фотографій оскільки даний вид діяльності є основним для фотокіоску. Саме такий підхід дозволяє визначити необхідний обсяг друку фотографій.

Як видно з рисунка 1 беззбитковим рівнем виробництва є обсяг в 1333 фотографії в місяць. Цей рівень досягається при середньому варіанті на четвертий квартал, при мінімальному рівні попиту - на перший кварта другого року роботи. Однак, слід прийняти до уваги, що при розрахунках

використовувалася мінімальна ціна за один фотознімок – 2,2 грн. При збільшенні ціни до 2,5 грн. можна досягти точки беззбитковості значно швидше.

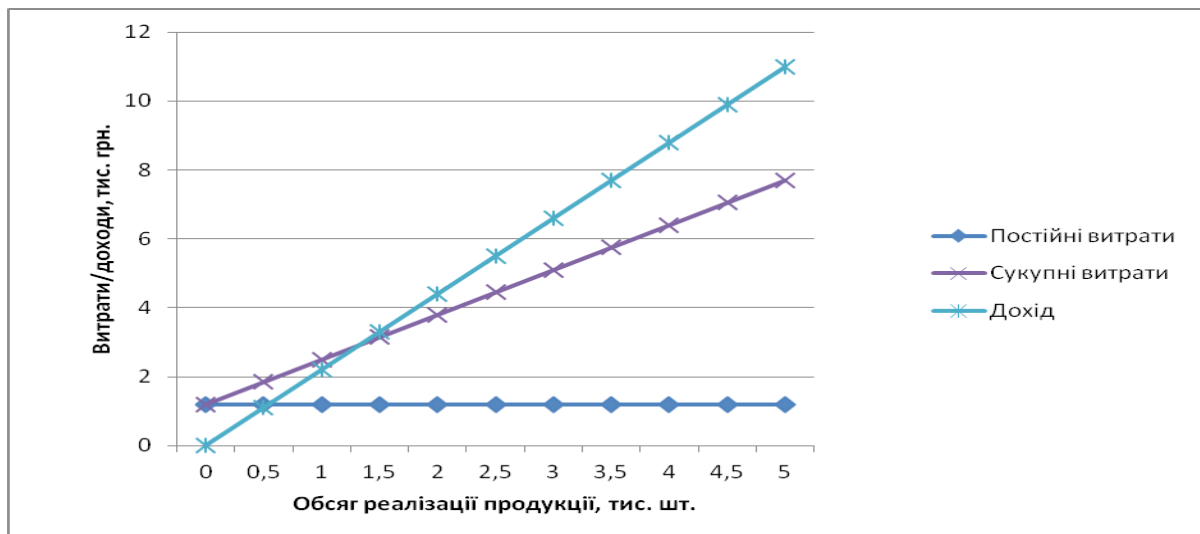


Рисунок 1. Визначення точки беззбитковості друку фотографій.

Для реалізації проекту необхідні засоби в розмірі 48,8 тис. грн., у тому числі 32 тис. грн. на купівлю самого терміналу, 4,8 тис. грн. на супутні витрати 12 тис. грн. обігових коштів. Детальний план доходів і витрат представлено в додатку 3. Планується, що джерелом коштів фірми стане банківський кредит, взятий в ЗАО «ПриватБанк» на 3 роки під 20% річних. Строк окупності проекту і його інтегральний економічний ефект ілюструє додаток 2.

У зв'язку з тим, що в якості джерела залучення засобів буде виступати одержання позички в банку, то в розрахунках застосовувалася реальна прогнозована процентна ставка по кредитах. Оскільки проєктоване підприємство буде працювати переважно з використанням імпортової сировини (витратні матеріали тощо), ціни на яку встановлюються в доларовому еквіваленті, то в якості прогнозованих темпів інфляції були використані показники курсу долара на кінець року.

Аналіз динаміки процентних ставок за останні роки показав, що не прогнозується зниження процентних ставок по кредитах, тому в якості номінальної ставки відсотка по кредитах була використана середня процентна ставка по кредитах в 2012 році - 20%. Таким чином, інтегральний економічний

ефект за 5 років складе 63,69 тис. грн. У випадку, якщо частка ринку, темпи росту ринку й рівень попиту на продукцію фірми буде розвиватися по мінімальному варіанту інтегральний економічний ефект складе 22,9 тис. грн., а період окупності проекту складе 1 рік і 7 місяців.

Основні фінансові показники діяльності фірми за кожен рік діяльності наведені в таблиці 2. Розрахунок цих показників проводився за найбільш імовірним варіантом розвитку темпів росту ринку та рівня попиту.

Таблиця 2

Основні фінансові показники проекту.

Показники	Період (роки)				
	2013	2014	2015	2016	2017
Економічний ефект, тис. грн.	-11,33	1,87	5,62	27,78	28,38
Період окупності	1 р.				
Рентабельність активів, %	0	4,9	17,6	40,9	28,9
Рентабельність продажів, %	42,9	42,5	40	40,5	40
Оборотність оборотних засобів	56	80	85	94	96
Тривалість одного обороту, дн.	6,52	4,56	4,29	3,88	3,80

Таким чином, планується почати реалізацію проекту на початку 2013 року. Перший місяць - підготовчий етап, який не враховувався при складанні фінансового плану.

ВИСНОВКИ

Даний проект являє собою створення нової фірми, шляхом створення приватного підприємства з залученням позичкового капіталу у формі кредиту на покупку устаткування в сфері надання послуг фотодруку й редагування фотознімків і надання супутніх послуг.

Згідно проведених розрахунків даний проект є економічно доцільним і може бути реалізований на практиці. Основними конкурентними перевагами даного проекту є:

- 1) Простота;
- 2) Доступність;
- 3) Якість фото;
- 4) Оперативність;
- 5) Близькість до клієнта.

Передбачається здійснити реалізацію бізнес-проекту протягом 5 років, (у тому числі 1 місяць - підготовча стадія). Для успішної реалізації проекту необхідно забезпечити виторг не менше 29,33 тис. грн. в місяць, що відповідає друку 1333 фотографій. Необхідну виробничу площу – 1,5 м² для установки фотокіоску планується узяти в оренду.

Зараз ринок фотопослуг розвивається досить високими темпами і є досить сформованим, тому для ефективної конкуренції потрібно використовувати надавати якісно нові види послуг обов'язково найвищої якості.

Фінансові ресурси, необхідні для здійснення проекту становлять 48,8 тис. грн. (6,1 тис. доларів США) Строк окупності проекту, розрахований шляхом визначення чистої поточної вартості наростаючим підсумком, становить 1 рік. При розрахунках була використана прогнозована реальна ставка відсотка по кредитах - 20% річних. Прогнозовані фінансові результати. Чистий прибуток за п'ять років складе 63,69 тис. грн.(7,96 тис. доларів США за курсом 8 грн. за 1 долар), при цьому середня рентабельність активів складе 41%.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про підприємництво»
2. Закон України «Про господарські товариства»
3. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва»
4. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні»
5. Закон України «Про інноваційну діяльність»
6. Бродецька Н. Чи потрібні молочні автомати Україні? / Наталія Бродецька // Пропозиція. – 2011. – № 2 (188). – С. 124-129.
7. Чигарин Т. Г. Энциклопедия вендинг-бизнеса 2005-2008 // е-Журнал о вендинг-бизнесе. 2008.
8. Кузнецов В.А., Шамраев А.В., Пухов А.В. Предоплаченные инструменты розничных платежей – от дорожного чека до электронных денег. –М.: Маркет ДС, ЦИПСИР, 2008. – 304 с.
9. Ильченко А.Н., Бабаев Д.Б. Новая экономика: реальность информационного общества. – Иваново - М.: ИГХТУ, Межд. Фонд Н.Д.Кондратьева, 2004. – 176 с.
10. Кастельс М. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. – Екатеринбург: У- Фактория, 2004. – 328 с.
11. Васюта В.Б. Розвиток малого підприємництва в Україні у 2004 р. // Економіка і регіон . – 2005. – №4(7). – С. 93–96.
12. Т. Г. Чигарин. Вендинг-бизнес. Механические торговые автоматы. Изд.: Орел, 2005.

Додаток 1
Прогноз обсягу надання послуг, тис. грн.

Послуга	Прогноз	Період																		
		2013 р.												2014 р.				2015 р.	2016 р.	2017 р.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 кварт.	2 кварт.	3 кварт.	4 кварт.			
Друк фотографій	Песимістичний	1,0	1,2	1,3	1,5	1,9	2,2	2,8	3,0	3,5	3,5	3,6	3,6	10,8	11,0	11,1	11,5	45,0	47,0	50,0
	Найімовірніший	1,1	1,3	1,5	1,8	2,1	2,5	3,1	3,5	3,9	4,0	4,1	4,1	12,3	12,5	12,8	13,0	52,8	60,1	61,0
	Оптимістичний	1,5	1,8	2,1	2,5	2,9	3,5	4,3	4,9	5,5	5,6	5,7	5,7	17,2	17,5	17,9	18,2	73,9	84,1	85,4
Поповнення мобільного рахунку	Песимістичний	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	2,9	3,2	3,2	3,3	13,2	14,0	14,1
	Найімовірніший	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	4,2	4,5	4,5	4,7	18,8	20,0	20,1
	Оптимістичний	1,4	1,5	1,5	1,7	1,7	1,7	1,8	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	5,9	6,3	6,3	6,6	26,3	28,0	28,1
Оплата послуг доступу до Інтернет	Песимістичний	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	1,9	2,1	2,1	2,5	9,8	10,2	10,5
	Найімовірніший	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	2,7	3,0	3,0	3,5	14,0	14,5	15,0
	Оптимістичний	0,7	0,8	0,8	1,0	1,0	1,0	1,1	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	3,8	4,2	4,2	4,9	19,6	20,3	21,0
Продаж мобільного контенту	Песимістичний	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,8	1,0	1,1	1,2	4,8	4,8	5,0
	Найімовірніший	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	1,2	1,4	1,6	1,7	6,8	6,9	7,1
	Оптимістичний	0,1	0,1	0,1	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	0,6	1,7	2,0	2,2	2,4	9,5	9,7	9,9
Копіювання даних зносія на носій	Песимістичний	0,04	0,04	0,07	0,07	0,07	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,11	0,32	0,35	0,35	0,35	1,40	1,47	1,61
	Найімовірніший	0,05	0,05	0,10	0,10	0,10	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,15	0,45	0,50	0,50	0,50	2,00	2,10	2,30
	Оптимістичний	0,07	0,07	0,14	0,14	0,14	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,21	0,63	0,70	0,70	0,70	2,80	2,94	3,22

Додаток 2
План доходів і видатків, тис. грн.

№	Показники	Період																		
		2013 р.												2014 р.				2015 р.	2016 р.	2017 р.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 кварт.	2кварт.	3 кварт.	4 кварт.			
1.	Загальний обсяг реалізацій послуг	2,75	3,15	3,40	4,00	4,30	4,75	5,65	6,25	6,65	6,85	6,95	6,95	20,86	21,90	22,40	23,40	94,40	103,60	105,50
2.	Собівартість	1,58	1,81	1,95	2,30	2,47	2,73	3,25	3,59	3,82	3,94	3,99	3,99	11,99	12,58	12,87	13,44	54,24	59,52	60,61
3.	Валовий прибуток (збиток)	1,17	1,34	1,45	1,70	1,83	2,02	2,40	2,66	2,83	2,91	2,96	2,96	8,87	9,32	9,53	9,96	40,16	44,08	44,89
4.	Операційні витрати	1,53	1,53	1,53	1,53	1,53	1,53	1,53	1,53	1,53	1,53	1,53	1,53	4,60	4,60	4,60	4,60	15,87	6,98	7,05
	Зокрема																			
4.1.	Оплата електроенергії	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,13	0,13	0,13	0,13	0,55	0,60	0,65
4.2.	Оплата доступу до Інтернету	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,09	0,09	0,09	0,09	0,36	0,38	0,40
4.3.	Оренда приміщення	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	1,20	1,20	1,20	1,20	4,80	4,80	4,80
4.4.	Амортизація	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96	2,88	2,88	2,88	2,88	8,96		
4.5.	Інші операційні	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,30	0,30	0,30	0,30	1,20	1,20	1,20
5.	Операційний прибуток (збиток)	-0,36	-0,19	-0,08	0,17	0,30	0,49	0,87	1,13	1,30	1,38	1,43	1,43	4,27	4,72	4,93	5,36	24,29	37,10	37,84
6.	Сплата процентів за кредит	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	4,20	4,20	4,20	4,20	16,80	-	-
7.	Чистий прибуток (збиток) до сплати податків	-1,96	-1,79	-1,68	-1,43	-1,30	-1,11	-0,73	-0,47	-0,30	-0,22	-0,17	-0,17	0,07	0,52	0,73	1,16	7,49	37,10	37,84
8.	Податок з прибутку	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,02	0,13	0,18	0,29	1,87	9,27	9,46
9.	Чистий прибуток (збиток)	-1,96	-1,79	-1,68	-1,43	-1,30	-1,11	-0,73	-0,47	-0,30	-0,16	-0,13	-0,13	0,06	0,39	0,55	0,87	5,62	27,82	28,38

Додаток 3
План грошових надходжень та виплат, тис. грн.

Показники	Період																		
	2013 р.												2014 р.				2015 р.	2016 р.	2017 р.
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 кварт.	2 кварт.	3 кварт.	4 кварт.			
Грошові кошти на початок періоду	12	10,04	8,25	6,57	5,14	3,84	2,73	2,00	1,53	1,23	1,01	0,84	0,67	0,73	1,12	1,67	2,54	8,16	35,98
Грошові надходження	2,75	3,15	3,40	4,00	4,30	4,75	5,65	6,25	6,65	6,85	6,95	6,95	20,86	21,90	22,40	23,40	94,40	103,60	105,50
Обов'язкові платежі	4,71	4,94	5,08	5,43	5,60	5,86	6,38	6,72	6,95	7,07	7,12	7,12	20,80	21,51	21,85	22,53	88,78	75,78	75,12
Чистий потік готівки	-1,96	-1,79	-1,68	-1,43	-1,30	-1,11	-0,73	-0,47	-0,30	-0,22	-0,17	-0,17	0,06	0,39	0,55	0,87	5,62	27,82	30,38
Грошові кошти на кінець періоду	10,04	8,25	6,57	5,14	3,84	2,73	2,00	1,53	1,23	1,01	0,84	0,67	0,73	1,12	1,67	2,54	8,16	35,98	66,36