

Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
ПЕРМСКИЙ ФИЛИАЛ

Факультет экономики
Кафедра финансового менеджмента

ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

по проекту **ОРГАНИЗАЦИЯ ШОУ-БАЛЕТА**

дисциплина «ИНВЕСТИЦИОННЫЙ АНАЛИЗ»

Студентки группы Э-03-2
Масливец О.А.

Преподаватели:
Емельянов А.М.
Лужбин Н.А.

Пермь 2007

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ (РЕЗЮМЕ).....	3
КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ.....	4
ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ.....	5
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРОГРАММА.....	6
МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА.....	7
ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОЕКТА.....	7
ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА.....	8
ОЦЕНКА РИСКА И ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА.....	10

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ (РЕЗЮМЕ)

Общий замысел проекта состоит в организации и спонсировании коммерческого творческого коллектива — шоу-балета (далее — коллектив), который будет предоставлять услуги концертно-развлекательного характера в виде участия в шоу-программах. Основным продуктом проекта — танцевальное выступление (номер).

Для реализации проекта необходимы следующие участники:

- 1) *Художественный руководитель*, который будет выполнять следующие задачи:
 - a. кастинг артистов
 - b. постановку концертных номеров
 - c. проведение тренировок-репетиций
 - d. организация пошива костюмов и изготовления прочего реквизита
 - e. коммуникации с заказчиками
 - f. осуществление денежных операций (через переносной кассовый аппарат)
 - g. ведение книги доходов и расходов ИП по упрощенной системе налогообложения
 - h. расчет по налогу с оборота и обязательным пенсионным взносам с бюджетом.
- 2) *Артисты-танцовщики*, являющиеся, в силу специфики продукта, основным производственным фактором. Планируется набор 3 молодых людей и 4 девушек с качественной хореографической подготовкой и опытом сценической работы.

Для производства данного продукта необходимо арендовать помещение, в котором будут:

- a) проходить репетиционные и постановочные занятия;
- б) храниться артистические костюмы и реквизит.

Структуру рынка шоу-программ города Перми можно охарактеризовать как монополистически конкурентную, поскольку продукт является высоко дифференцированным. Основными параметрами продукта можно назвать характер номера (лирические, смысловые, философские, тематические, стриптизные, шуточные), количество участников (от 1 до 15), профессионализм участников (от любителей до артистов балета и цирка), качество артистических костюмов и реквизита. Производители (коллективы) четко выбирают свою нишу на рынке и разрабатывают продукт с учетом требований выбранной целевой аудитории и в рамках его платежеспособности. Наиболее популярными сегментами являются шоу-программы в ночных клубах, на корпоративных мероприятиях, на городских праздничных мероприятиях и раутах администраций глав городских районов. Как правило, молодые коллективы, ввиду отсутствия достаточной репутации и низких барьеров входа на первую нишу, сосредотачивают свои усилия именно на ней. В

рамках данного проекта вход на рынок будет также осуществляться с сектора шоу-программ в ночных клубах с последующим перемещением в другие сектора.

Емкость рынка мы считаем мало неограниченной по следующим причинам:

- быстрый рост числа шоу-программ,
- рост общего уровня доходов населения, большая часть которого приходится на мужское население в возрасте 25–50 лет, представители которого и являются основными потребителями данного продукта
- недостаточно высокое качество продукта большинства присутствующих на рынке коллективов.

Основными конкурентами создаваемого коллектива можно считать шоу-балеты «Краш», «Драйв», «Бриллиантс», «Юджин», «Русское кабаре», «Русская ночь» и др.

КАПИТАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ

Как таковых единовременных затрат для запуска проекта требуется немного:

- 1) уплата пошлины за регистрацию в качестве Индивидуального Предпринимателя и постановку на налоговый учет
- 2) покупка переносного кассового аппарата
- 3) пошив первых костюмов.

В дальнейшем планируется постепенное приобретение артистических костюмов с их постановкой в качестве основного средства и амортизацией (линейной) на разные сроки в зависимости от СПИ (от 3 до 6 лет). К капитальным можно также отнести затраты на разработку небольшого информационного интернет-сайта коллектива.

Таким образом, смета капитальных затрат выглядит следующим образом:

Вид капитальных затрат	Величина капитальных затрат (руб.)	Дата фактической оплаты
Пошлина за регистрацию ИП	1100	01.01.07
Разработка интернет-сайта	3000	05.01.07
Покупка кассового аппарата	13000	01.01.07
Пошив костюмов	30000	29.01.07
Пошив костюмов	45000	30.01.07
Пошив костюмов	80000	02.03.07
Пошив костюмов	35000	10.05.07
Пошив костюмов	88000	07.12.07
Пошив костюмов	80000	10.04.09
Пошив костюмов	44000	08.12.08
Пошив костюмов	80000	15.09.09
Пошив костюмов	65000	15.08.10
Пошив костюмов	100000	12.03.11

ЭКСПЛУАТАЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ

К эксплуатационным затратам проекта относятся следующие их виды:

- 1) оплата труда художественного руководителя
- 2) оплата труда артистов
- 3) расходы на аренду репетиционного зала
- 4) расходы на оплату услуг сотовой связи
- 5) транспортные расходы
- 6) затраты на обслуживание кассового аппарата
- 7) оплата услуг фотографа по созданию банка фотографий
- 8) расходы по размещению рекламы в печатных изданиях г.Перми.

Предусмотрен рост каждого из видов эксплуатационных затрат с различными темпами. Наиболее интересна разработанная схема оплаты труда участников коллектива. В целях стимулирования их труда и интереса к работе зарплата состоит из двух частей:

1. фиксированной:
 - а. для художественного руководителя в начале проекта — 15.000 руб. с ежегодным повышением на 5.000 руб.
 - б. для артистов — 2.000 руб. с ежегодным повышением на 2.000 руб.
2. зависящей от выручки:
 - а. для художественного руководителя — 5% поступлений от продаж
 - б. для артистов — 6% поступлений от продаж.

Графики динамики заработной платы участников коллектива — Приложение 3.

Смета эксплуатационных затрат на 2007 г. (кроме зарплаты) имеет вид:

Статья эксплуатационных затрат	Величина (руб.)	Периодичность (раз в год)
Аренда репетиционного зала	2,000	12
Сотовая связь	1,000	12
Транспортные расходы	5,000	12
Обслуживание кассового аппарата	2,500	12
Оплата услуг фотографа	5,000	1
Размещение печатной рекламы	500	4

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРОГРАММА

Номенклатура продукции организуемого коллектива состоит из 2 видов:

- 1) ***выступление*** — миниатюрная танцевальная постановка игрового, смыслового, лирического или шуточного характера с участием от 3 до 5 танцовщиков. Предназначено для реализации в рамках корпоративных шоу-программ и выступлений в развлекательных клубах;
- 2) ***концертное выступление*** — полноценная танцевальная постановка игрового, смыслового, лирического или шуточного характера с участием от 5 до 7 танцовщиков. Предназначено для реализации в концертных программах, раутах и корпоративных шоу-программах.

Через 3 года планируется выйти на ассортимент в 8–11 выступлений, из которых 5 возможно реализовывать и как концертные.

Дата начала производства:

Особенности производства данной продукции (а именно, необходимость в постановке и разучивании танцевальных номеров, необходимость в пошиве костюмов, нахождении клиентов и проч.) диктуют несовпадение дат начала проекта и начала производства. Данный разрыв для категории «выступление» был принят за 2 месяца, для «концертного выступления» — 4 месяца.

Мощность производственной номенклатуры:

Оценив потребности рынка и учитывая физические возможности артистов, членов коллектива, планируется следующая производственная программа и, следовательно, программа сбыта: выход в течение 12 месяцев на мощность в 40 выступлений в месяц и в течение 6 месяцев — на 3 концертных выступления в месяц. Это вполне соответствует практике предоставления подобных услуг (концертных номеров) шоу-балетами г.Перми. Расчетный объем реализации (помесячный) приведен в Приложении 1.

Ввиду особенностей данного рынка производству (и сбыту) данной продукции свойственна сезонность: резкое увеличение объемов реализации, а также цен, в последнюю декаду декабря.

Цена продукции:

Избранная стратегия ценообразования на продукцию — пассивная с ориентацией на ближайших конкурентов.

В категории «выступление» планируется назначение цены в 1.500 руб. за номер с постепенным ежемесячным увеличением цены и ее удвоением через 5 лет. Предусмотрено сезонное увеличение цены на 10% в декабре каждого года.

В категории «концертное выступление» начальная цена составит 2.500 руб. за номер и будет ежегодно возрастать на 15%. Отсутствует сезонность.

Подобная динамика обусловлена следующими причинами: повышением качества продукции и наработыванием коллективом репутации, и вполне согласуется со стратегиями ценообразования, которых придерживаются участники рынка сегодня.

Динамика расчетных цен на продукцию а также расчетный объем реализации —Приложение 2.

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА

В силу высокой чувствительности результатов реализации проекта к объему производства (и сбыта) было принято решение об активной маркетинговой политике.

Продукцию решено продвигать методами:

- размещения печатной рекламы в изданиях г.Перми и области (развлекательных журналах, газетах бесплатной доставки, специализированных изданиях, посвященных организации культурного досуга)

- размещения рекламы в глобальной сети Интернет

- созданием собственного информационного веб-сайта в глобальной сети Интернет.

Соответствующие статьи расходов предусмотрены в смете эксплуатационных затрат (см. ранее).

ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОЕКТА

Проект будет профинансирован целиком за счет собственных средств крупного бизнесмена, решившего попробовать новый вид бизнеса, в размере
*****.

Требуемая доходность инвестора составляет 20%, что, по его словам, соответствует доходности доступных ему альтернативных вложений. Именно эта ставка и была избрана в качестве ставки дисконтирования.

Горизонт планирования для данного инвестора составляет 5 лет, после которого он планирует вывести свои деньги из данного бизнеса. Именно поэтому срок реализации проекта равен 5 годам.

ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

По произведенным расчетам получены следующие показатели коммерческой эффективности:

Ставка дисконтирования	20%
Период окупаемости	26 мес.
Дисконтированный период окупаемости	32 мес.
Средняя норма рентабельности	66%
Чистый приведенный доход	601.342 руб.
Индекс прибыльности	2,2
Внутренняя норма рентабельности	73%
Модифицированная внутренняя норма рентабельности	40%

Данные показатели свидетельствуют о высокой коммерческой привлекательности проекта. Ниже приведены документы финансовой отчетности, составленные по расчетным показателям.

Расчетный баланс по проекту:

	2007	2008	2009	2010	2011
Денежные средства	56 694,98	154 134,76	310 909,30	814 445,10	1 343 885,86
Текущие активы	56 694,98	154 134,76	310 909,30	814 445,10	1 343 885,86
Основные средства	329 920,00	380 080,00	551 280,00	463 060,00	307 500,00
Амортизация (накопл.)	46 073,06	138 756,39	273 359,72	287 834,72	165 133,89
Остаточная стоимость ОС, в т.ч.:	283 846,94	241 323,61	277 920,28	175 225,28	142 366,11
Оборудование	257 484,44	223 511,11	268 657,78	174 512,78	67 366,11
Другие активы	26 362,50	17 812,50	9 262,50	712,5	75 000,00
АКТИВЫ	340 541,93	395 458,37	588 829,58	989 670,38	1 486 251,97
Отсроченные налоговые платежи	15 783,63	19 944,80	22 846,21	25 774,54	28 747,92
Краткосрочные займы	233 181,70	165 665,21			
Краткосрочные обязательства	248 965,33	185 610,01	22 846,21	25 774,54	28 747,92
Долгосрочные займы	190 129,95				
Нераспределенная прибыль	-98 553,35	209 848,36	565 983,37	963 895,85	1 457 504,05
Собственный капитал	-98 553,35	209 848,36	565 983,37	963 895,85	1 457 504,05
ПАССИВЫ	340 541,93	395 458,37	588 829,58	989 670,38	1 486 251,97

Расчетный Отчет о движении денежных средств:

	2007	2008	2009	2010	2011
Выручка	469 078	1 104 376	1 275 161	1 445 976	1 619 642
Общие издержки	112 730	131 104	145 040	160 753	176 921
Затраты на персонал	287 217	404 394	479 765	555 138	630 768
Суммарные постоянные издержки	399 947	535 498	624 805	715 890	807 689
Налоги	52 571	118 717	140 775	161 550	182 513
CFO	16 560	450 162	509 581	568 536	629 441
Затраты на приобретение активов	329 920	50 160	171 200	65 000	100 000
	-				
CFI	329 920	-50 160	-171 200	-65 000	-100 000
Займы	457 564		122 625		
Выплаты в погашение займов	34 253	257 646	288 290		
Выплаты процентов по займам	53 257	44 915	15 942		
CFF	370 055	-302 562	-181 607		
Баланс наличности (начало периода)		56 695	154 135	310 909	814 445
Баланс наличности (конец периода)	56 695	154 135	310 909	814 445	1 343 886

Расчетный Отчет о прибылях и убытках:

	2007	2008	2009	2010	2011
Валовый объем продаж	469 078	1 104 376	1 275 161	1 445 976	1 619 642
Налог с продаж	28 145	66 263	76 510	86 759	97 179
Чистый объем продаж	440 934	1 038 114	1 198 652	1 359 217	1 522 464
Валовая прибыль	440 934	1 038 114	1 198 652	1 359 217	1 522 464
Административные затраты	6 222	5 608	6 057	6 510	6 901
Производственные	90 508	111 396	123 729	137 782	153 808
Маркетинговые затраты	16 000	14 100	15 255	16 461	16 212
Зарплата административного персонала	271 050	341 060	389 887	438 716	487 676
Зарплата производственного персонала	56 377	119 949	157 044	194 141	231 400
Суммарные постоянные издержки	440 157	592 113	691 972	793 610	895 996
Амортизация	46 073	92 683	134 603	167 695	132 859
Проценты по кредитам	53 257	44 915	15 942		
Суммарные непроизводственные издержки	99 330	137 599	150 545	167 695	132 859
Убытки предыдущих периодов		9 855	9 855	9 855	9 855
Прибыль до выплаты налога	-98 553	308 402	356 135	397 912	493 608
Налогооблагаемая прибыль		298 546	346 280	388 057	483 753
Чистая прибыль	-98 553	308 402	356 135	397 912	493 608

ОЦЕНКА РИСКА И ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА

Проведенный анализ чувствительности показал, что проект является наиболее чувствительным к такому фактору, как объем сбыта. Его снижение на 10% относительно расчетного значения сводит чистую приведенную ценность к нулю. В целях минимизации риска, связанного с неблагоприятным изменением объемов сбыта, будет осуществляться активная маркетинговая политика (см. раздел Маркетинговая политика).

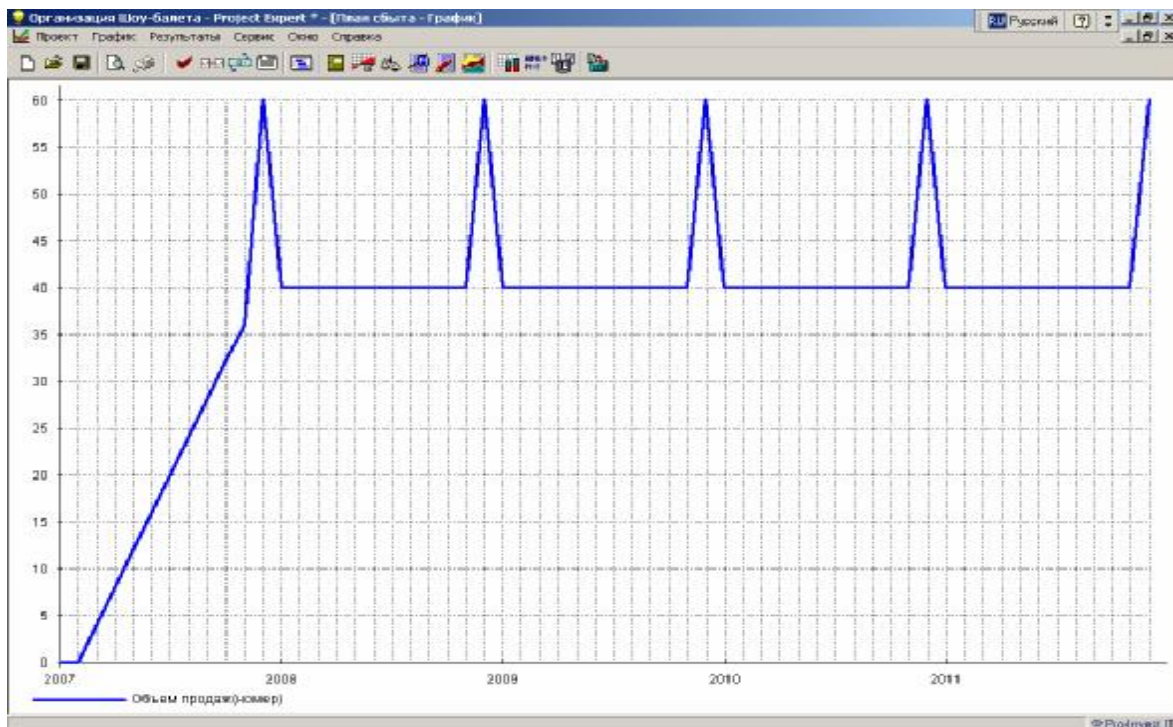
Кроме того, проект высокочувствителен и к изменениям величины зарплаты участников коллектива: ее увеличение на 10% обращает чистую приведенную ценность в ноль. В качестве средства страхования данного риска планируется жесткая фиксация (т.е. недопущение колебаний зарплаты) рамками контрактного договора (договора подряда).

Графики зависимости чистой приведенной ценности от изменений различных факторов — Приложение 4.

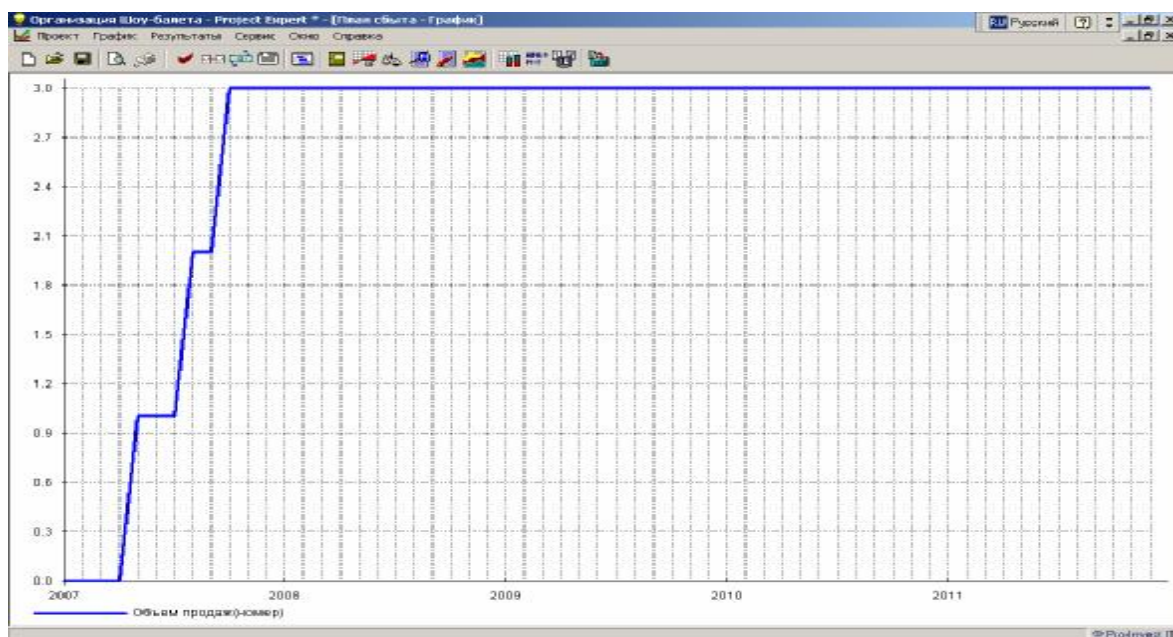
Анализ устойчивости проекта по методу Монте-Карло показал, что проект является высокоустойчивым (степень устойчивости — 100%). Степень неопределенности (коэффициент вариации) большинства показателей эффективности находится в рамках 20%, что свидетельствует о невысокой степени риска.

Статистические результаты — Приложение 5.

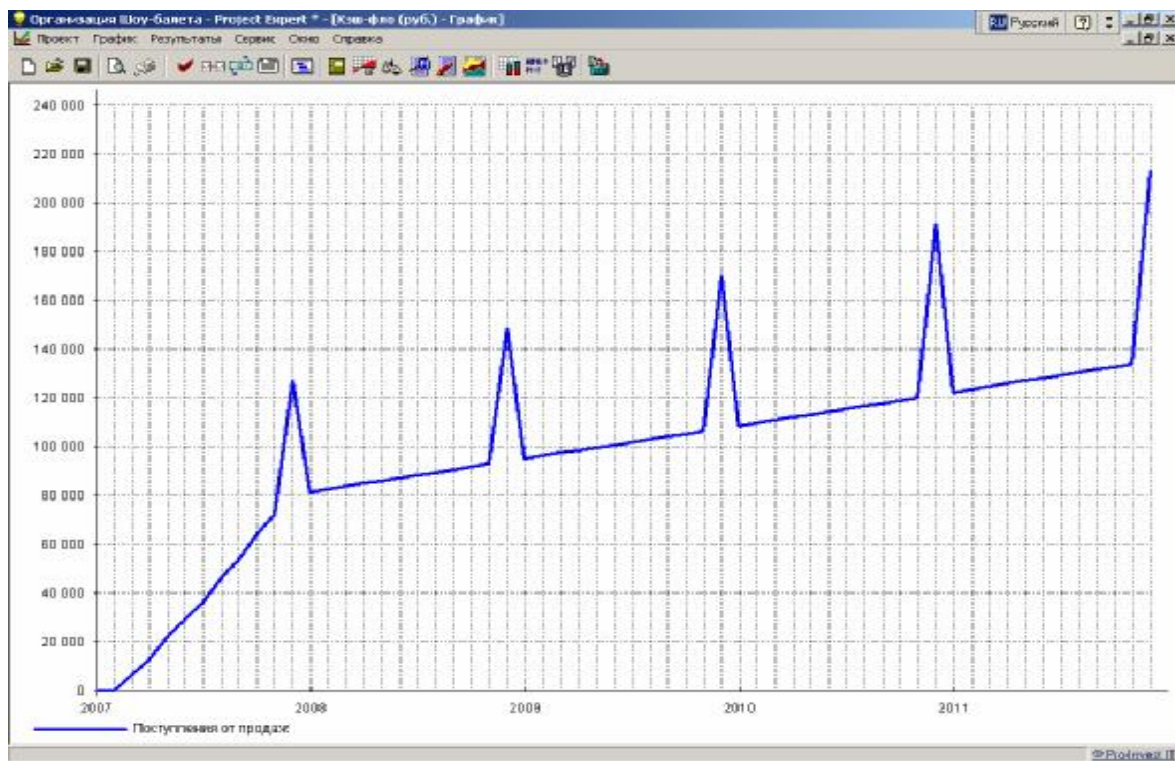
Расчетный план реализации (1 вид продукции — «выступление»)



Расчетный план реализации (2 вид продукции — «концертное выступление»)



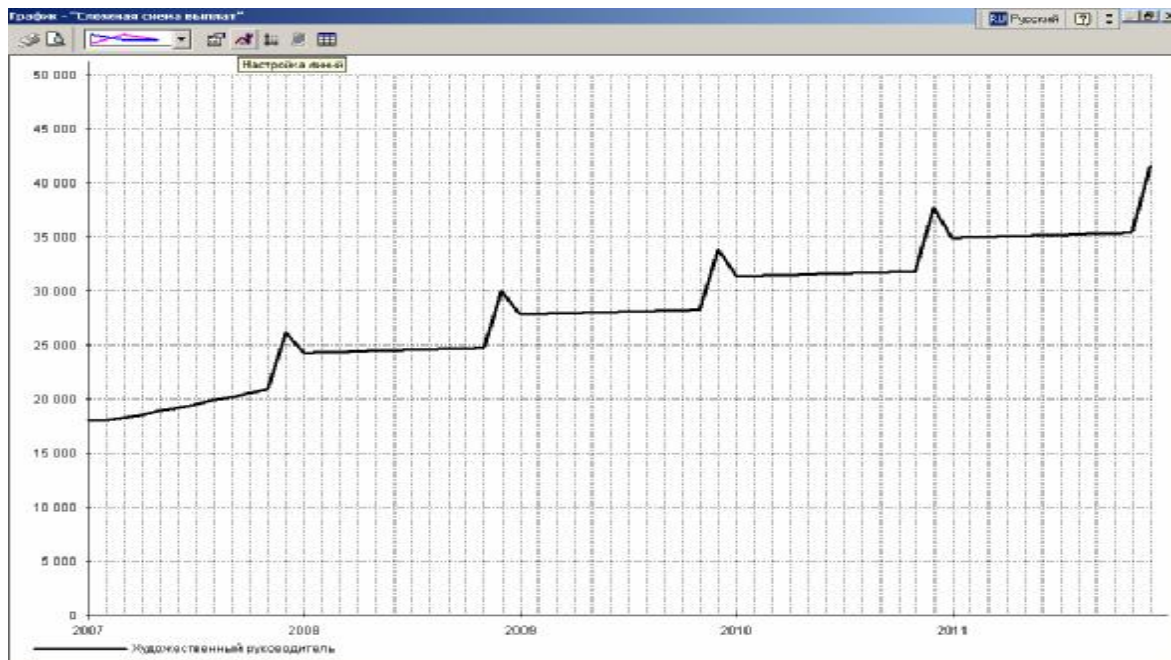
Динамика расчетных цен (1 вид продукции — «выступление»)



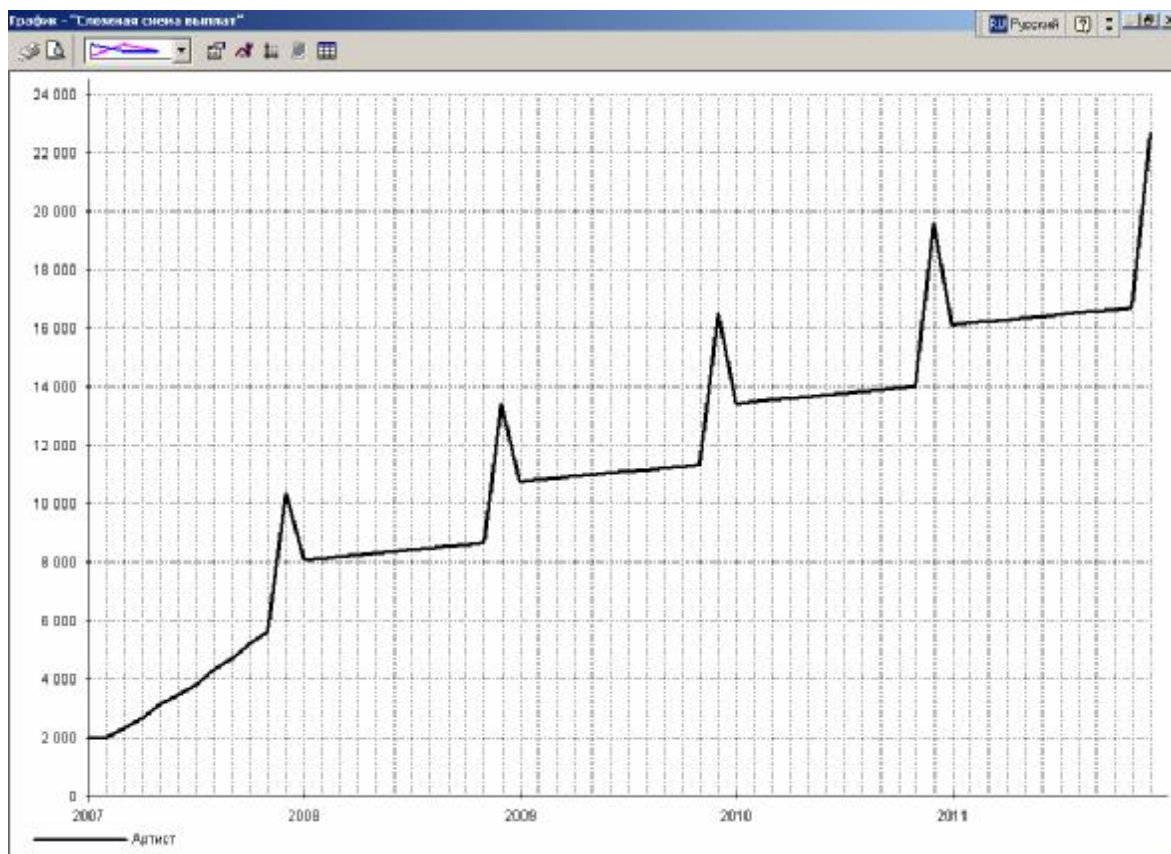
Динамика расчетных поступлений от продаж



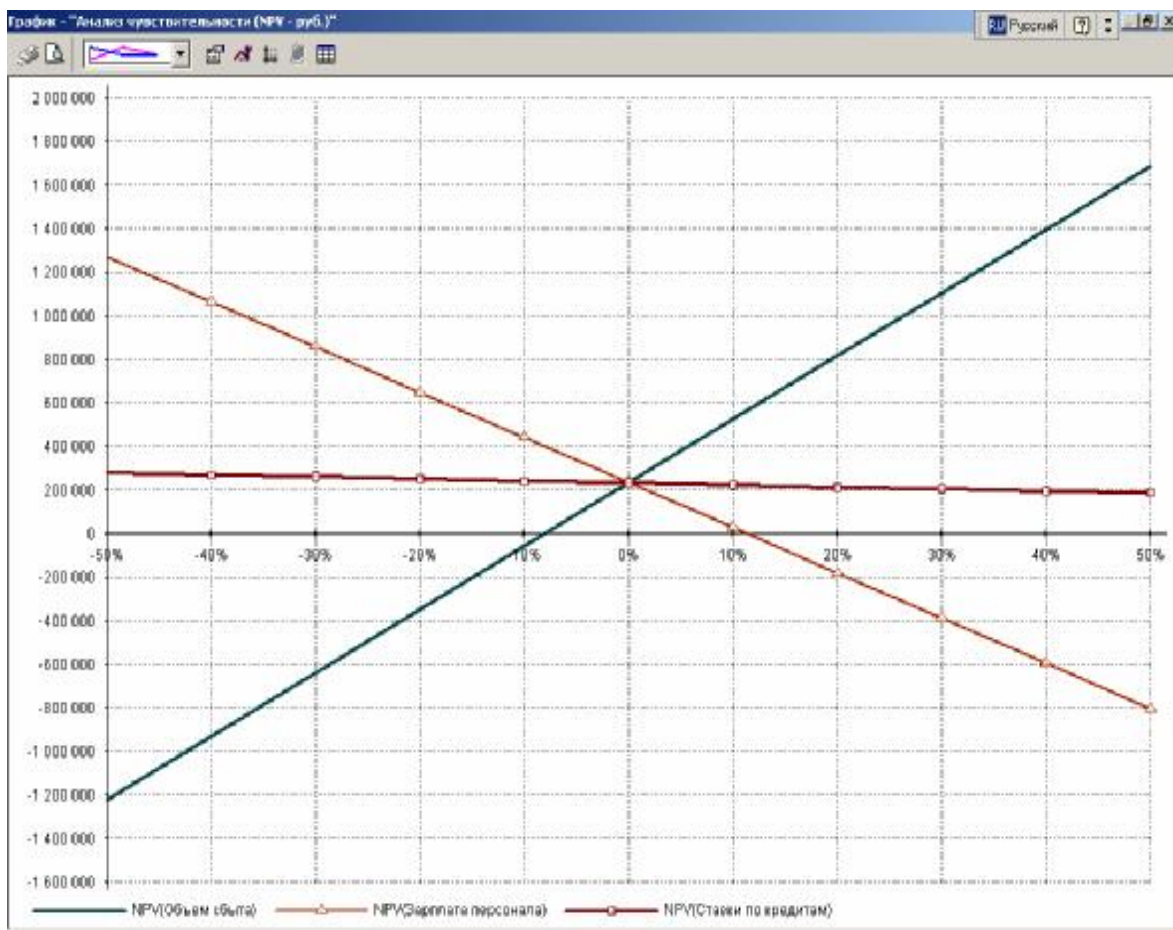
Динамика расчетной заработной платы художественного руководителя коллектива



Динамика расчетной заработной платы артиста коллектива



Зависимость чистой приведенной ценности от изменений различных факторов



Результаты анализа устойчивости проекта по методу Монте-Карло

Статистический анализ проекта

Расчет
 Число расчетов: 150

Неопределенные данные | Результаты

Валюта показателей эффективности: Рубли

Эффективность инвестиций	Среднее	Неопределенность
▶ Дисконтированный период окупаемости, мес.	30	0.16
Индекс прибыльности	4.64	0.51
Чистый приведенный доход	640 097	0.27
Внутренняя норма рентабельности	78.05	0.20
Период окупаемости, мес.	26	0.16
Средняя норма рентабельности	69.60	0.19
Модиф. внутренняя норма рентабельности	41.18	0.12

Статистика
 Дисконтированный период окупаемости, мес.