

# ***ПРОЕКТ ЗА 6 ЧАСОВ...***

Основы

Требования

Критерии

Подходы



# ПРОЕКТ

*от лат. projectus, буквально – брошенный  
вперед*

это ограниченное во времени

целенаправленное

изменение отдельной системы

с установленными требованиями к качеству результатов,

возможными ограничениями расхода средств и ресурсов

и специфической организацией



# ТИП ПРОЕКТА

Технический

Организационный

Экономический

Социальный

Образовательный

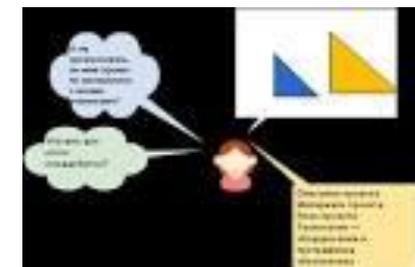
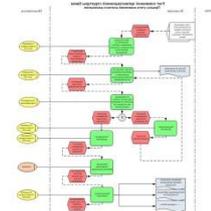
Инвестиционный

Инновационный

Научно-исследовательский

Учебный

Смешанный.



# ПРИЗНАКИ ПРОЕКТА:

1. они направлены на достижение конкретных целей;
2. они включают в себя координированное выполнение взаимосвязанных действий;
3. они имеют ограниченную протяженность во времени, с определенным началом и концом;
4. они в определенной степени неповторимы и уникальны.



# ТРОЙСТВЕННАЯ ОГРАНИЧЕННОСТЬ ПРОЕКТА



Качество/Результат

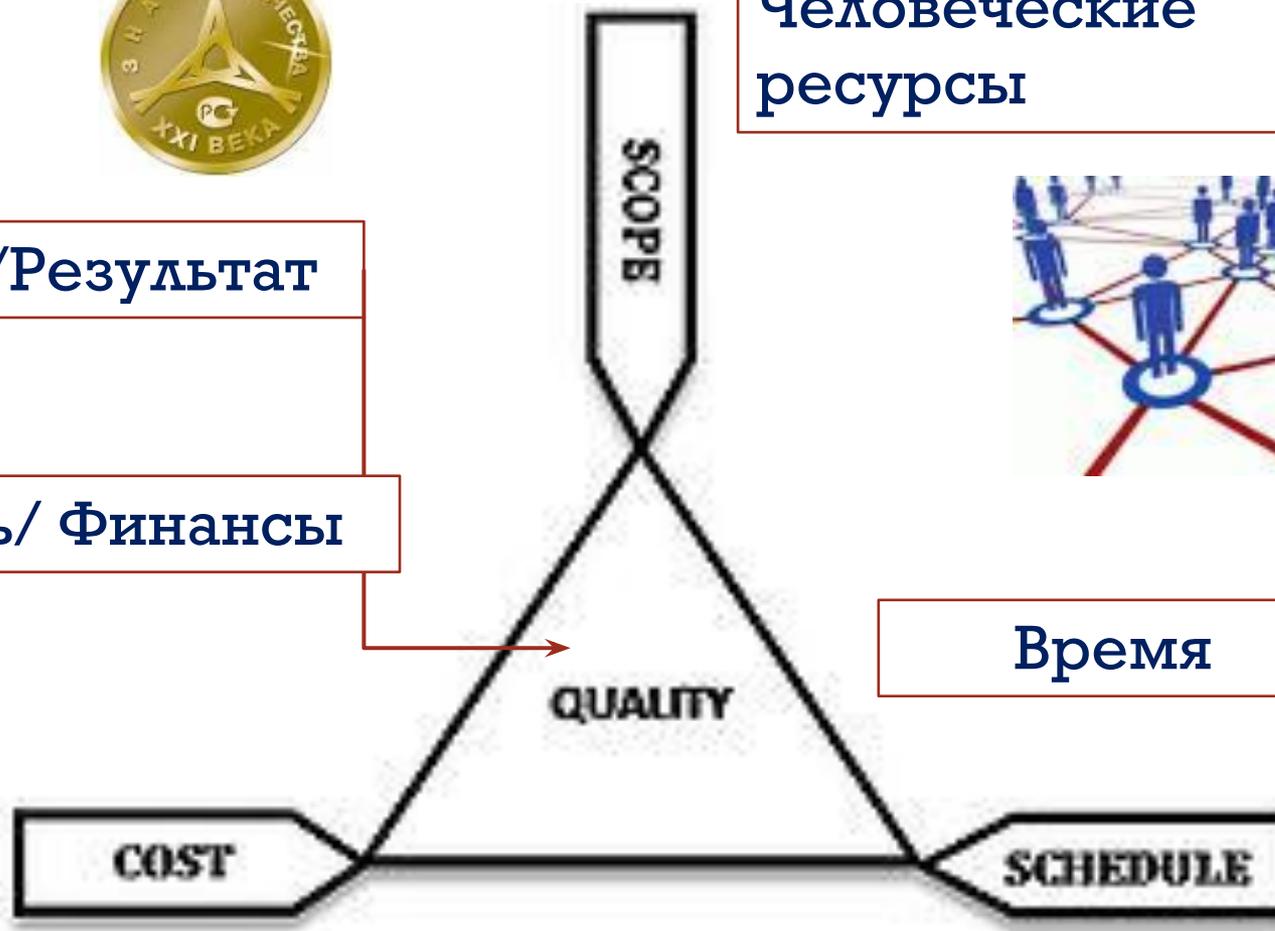
Содержание /  
Человеческие  
ресурсы



Стоимость/ Финансы



Время



# ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ



# ФАЗЫ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОЕКТА

- ✓ Фаза 1: запуск, инициация, концептуализация;
- ✓ Фаза 2: планирование, проектирование, дизайн;
- ✓ Фаза 3: выполнение, разработка;
- ✓ Фаза 4: закрытие, тестирование;
- ✓ Фаза 5: передача (введение) в эксплуатацию.



# РЕЗЮМЕ

1. название проекта;
2. фирменное наименование предприятия (полное и сокращенное);
3. суть проекта;
4. сметная стоимость проекта;
5. источники финансирования проекта (в процентах);
6. сроки реализации и окупаемости проекта;
7. научно-технический уровень продукта (услуги) проекта;
8. перспективы коммерциализации проекта;
9. итоговые экономические показатели эффективности проекта (выручка от реализации, прибыль, срок окупаемости, рентабельность);
10. команда проекта;
11. риски проекта;
12. предусматривает ли реализация проекта решение социальных вопросов.



# ИДЕЯ ПРОЕКТА

Краткое описание инновационной идеи, положенной в основу проекта:

- характеристика проблемы и обоснование необходимости ее решения;
- основные цели и задачи;
- описание инновационной идеи;
- механизм реализации инновационной идеи;
- требования к ресурсному обеспечению инновационной идеи;
- оценка экономической эффективности инновационной идеи.



# ОПИСАНИЕ ПЛАНИРУЕМОЙ К ПРОИЗВОДСТВУ ПРОДУКЦИИ/УСЛУГ:

- наименование продукции;
- назначение и область применения;
- перспективы продукции/услуг на конкретном рынке;
- возможность замещения, в том числе импортозамещения;
- краткое описание и основные технико-экономические и потребительские характеристики;
- конкурентоспособность продукции;
- безопасность и экологичность.



# ПРОДУКЦИЯ И УСЛУГИ

- ✓ наименование продукции / услуги;
- ✓ назначение и область применения продукции / услуги;
- ✓ краткое описание и основные характеристики;
- ✓ конкурентоспособность продукции / услуги, по каким параметрам она превосходит конкурентов, по каким уступает им.

Пляжный отдых

СОЧИ

???

ЯЛТА

АНТАЛЬЯ

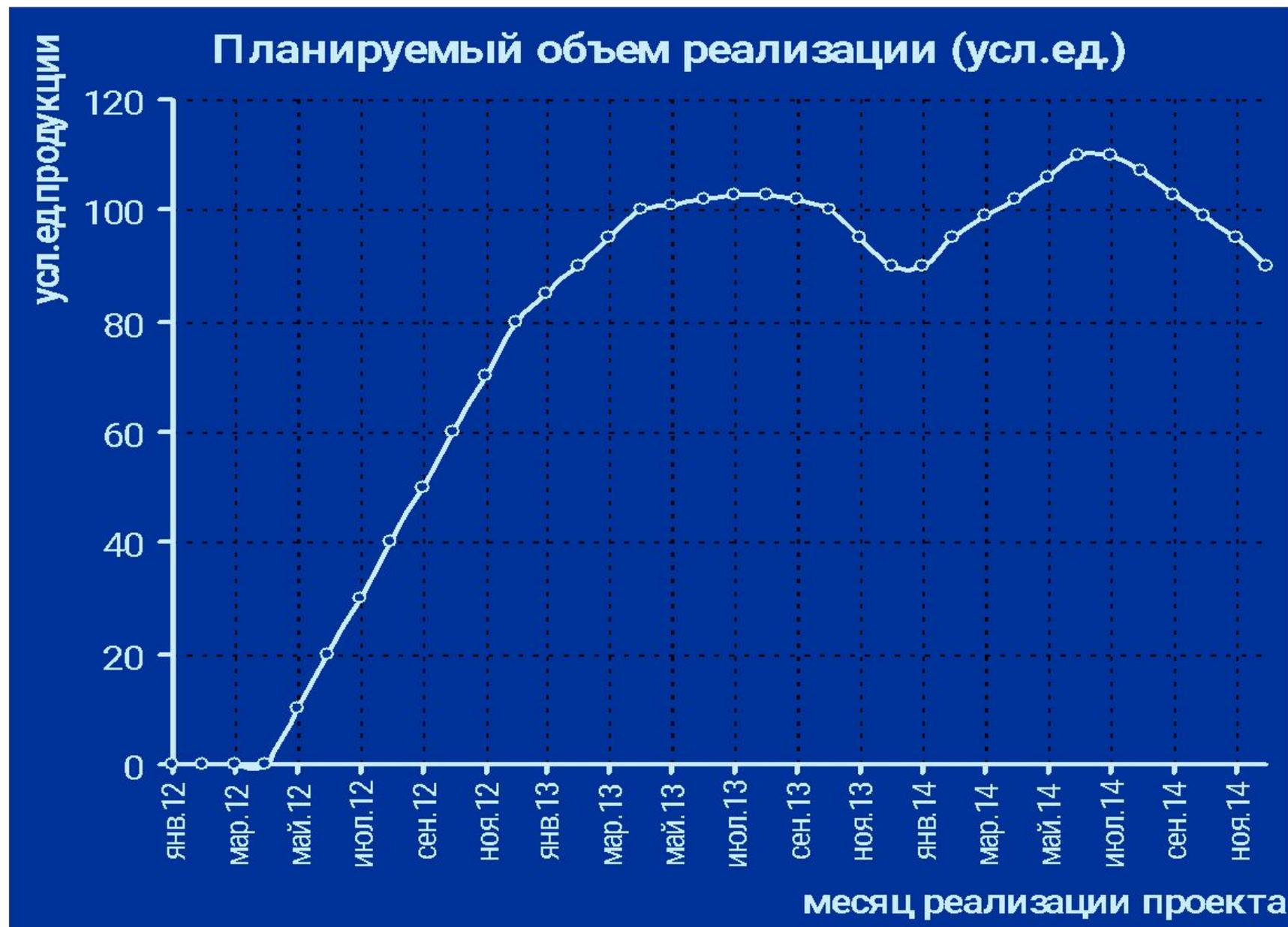


# ПРОДУКЦИЯ И УСЛУГИ

Показатель	Удельный вес (x)	Предлагаемый продукт (услуга)		Аналог	
		Оценка (a)	Параметр (a*x)	Оценка (a)	Параметр (a*x)
Качество					
Надежность					
Эффективность					
Функциональность					
ИТОГО	1		сумма		сумма



# ПРОДУКЦИЯ И УСЛУГИ



# АНАЛИЗ РЫНКА

- размер рынка;
- темпы роста рынка, фаза развития спроса;
- суммарные производственные мощности;
- уровень удовлетворения спроса;
- характер отрасли;
- динамика продаж аналогов за последние 5 лет по России, СНГ, в мире;
- прогнозы развития отрасли (из независимых источников);
- основные и потенциальные конкуренты (наименования и адреса фирм - основных производителей товара, их сильные и слабые стороны);
- уровень рентабельности отрасли.



# РЫНОК (МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ)

## **Критерии сегментирования:**

- 1. географические** (регион, административное деление, численность и плотность населения в регионе, климат и др.);
- 2. демографические** (возраст, пол, размер семьи, уровень дохода, профессия, образование, национальность, религия и др.);
- 3. психографические** (принадлежность к тому или иному социальному слою, стиль жизни, личные качества и др.);
- 4. поведенческие** (степень случайности покупки, поиск выгод, степень нуждаемости в продукте, степень готовности купить продукт и др.).



# РЫНОК (МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ)



# ПЛАН МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ



# **ПЛАН МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ**

## **Анализ внешней среды**

- 1. Политические факторы**
- 2. Экономические факторы (состояния общей деловой активности; тенденций инфляции; инвестиционная активность в отрасли/регионе и др.)**
- 3. Социальные факторы (глубина расслоения общества; уровень доходов; уровень безработицы; покупательная способность населения и др.)**
- 4. Законодательство (гражданское; налоговое; трудовое и др.)**
- 5. Научно-технические факторы**
- 6. Природные факторы (доступность необходимого для производства сырья; рост цен на топливо и энергию; экологические параметры)**
- 7. Демографические факторы (изменение численности населения; возрастной состав населения, рождаемость и смертность; миграция населения; род занятий; образование и др.)**



# ПЛАН МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ

## **Факторы ценообразования**

- 1. Тип рынка (монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, совершенная конкуренция)**
- 2. Степень эластичности спроса на товар**
- 3. Цели которые ставит перед собой проект (обеспечение выживаемости, захват рынка, максимизация прибыли и др.)**
- 4. Принятый в проекте механизм ценообразования (расчет цены по методу «средние издержки плюс прибыль», расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли, установление цены на основе ощущаемой ценности товара, установление цены на основе уровня текущих цен, стратегия «снятия сливок»).**

## **Методы продвижения товара:**

- реклама**
- пропаганда**



# ПЛАН МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ

Вид рекламы	Краткое описание	Ед. измерения	Стоимость за единицу, руб.	Стоимость за период, руб.		
				1	2	.....
Прямая рассылка		письмо				
Реклама в специальных изданиях		см <sup>2</sup>				
СМИ		...				
Наружная реклама		м <sup>2</sup>				
Сувенирная продукция		ед				
Реклама в местах продаж		....				



# ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

- 1) **предпроизводственный период: государственная регистрация предприятия; получение лицензии на право деятельности; проектные работы; приобретение / аренда здания (места); закупка оборудования и др. основных средств; установка оборудования; обучение персонала; подготовка к эксплуатации.**
- 2) **освоение производства или рынка: теоретические и экспериментальные исследования; обобщение и оценка результатов исследований.**
- 3) **работа на полную (проектную) мощность (описание производственного процесса; производственные мощности; сырье и материалы; энергия; контроль качества продукции / услуги).**



# ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

Номер шага	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	...	20
Длительность шага (годы или доли года)		мес.	год	год	год	год											
Этапы работы и показатели																	
1. Предпроизводственный период																	
1.1. Госрегистрация предприятия		5															
1.2. Лицензия на право деятельности			10														
1.3. Строительные работы				100	150	150	200										
1.4. Закупка оборудования						500	600										
1.5. Монтажные и пусконаладочные работы							60	70	80								
2. Освоение производства										10	15	20					
3. Работа на полную мощность													25	300	300	300	300
4. Итого первоначальные капиталовложения в основные фонды.	0	5	10	100	150	650	860	70	80								
5. Итого выпуск изделий (шт.)										10	15	20	25	300	300	300	300

Условные обозначения: 0,00 – капиталовложения в основные фонды (тыс. руб.)  
Q – выпуск изделий (шт.)



# ПЛАН ПО ПЕРСОНАЛУ

Списочный состав  
сотрудников

Производственный  
персонал

Основные  
производственные  
рабочие

Вспомогательные  
производственные  
рабочие

Непроизводственный  
персонал

Охрана

Уборщики

Медицинский персонал

Административно-  
управленческий персонал

Специалисты



# ПЛАН ПО ПЕРСОНАЛУ

Категория персонала	Количество человек	Зарботная плата с отчислениями		
		Среднемесячная на 1 чел.	Среднегодовая на 1 чел.	Годовая всего
Директор				
.....				
ИТОГО				



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Объем финансирования проекта по всем  
источникам

№ п/п	Наименование источника	Тыс. руб.
	<b>Собственные средства</b>	
1	Уставный капитал	
2	Прибыль	
3	Амортизационные отчисления	
4	Прочие	
	<b>ВСЕГО</b> собственных средств	
	<b>Заемные и привлеченные средства</b>	
1	Кредиты	
2	Привлеченные средства	
3	Поддержка гос.органов, грантовая поддержка	
	<b>ВСЕГО</b> заемных и привлеченных средств	
	<b>ИТОГО</b> финансирование проекта	



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

## Прогноз реализации

№ п/ п	Показатели	Ед. изме рения	ВСЕГ О	Этапы реализации проекта		
				1	2	...
1	Объем производства					
1.1	В натуральном выражении					
1.2	В стоимостном выражении					
2	Объем реализации					
2.1	В натуральном выражении					
3	<b>Цена реализации за ед.</b>					
4	Выручка от реализации					
	в т.ч. налоги					



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Затраты на производство и сбыт продукции /

№ п/ п	Показатели	Ед. изме рения	ВСЕГ О	Этапы реализации проекта		
				1	2	...
1	Объем производства					
	В натуральном выражении					
2	<b>Переменные затраты</b>					
2.1	Сырье и материалы					
2.1	Энергия					
2.2	Заработная плата (с отчислениями)					
3	<b>Постоянные затраты</b>					
3.1	Общепроизводственные, общехозяйственные расходы					
3.2	Расходы на сбыт					
	Итого затрат					



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Финансовый результат производственной

№ п/ п	Показатели	Ед. изме рени я	ВСЕГ О	Этапы реализации проекта		
				1	2	...
1	Общая выручка от реализации					
2	Налоги и пошлины					
3	<b>Выручка за вычетом налогов</b>					
4	Общие затраты на производство					
5	Амортизационные отчисления					
6	Налоги, включаемые в себестоимость					
7	<b>Финансовый результат</b>					
8	Погашение кредита					
9	Налогооблагаемая прибыль					
10	Налог на прибыль					
11	<b>Чистая прибыль</b>					



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

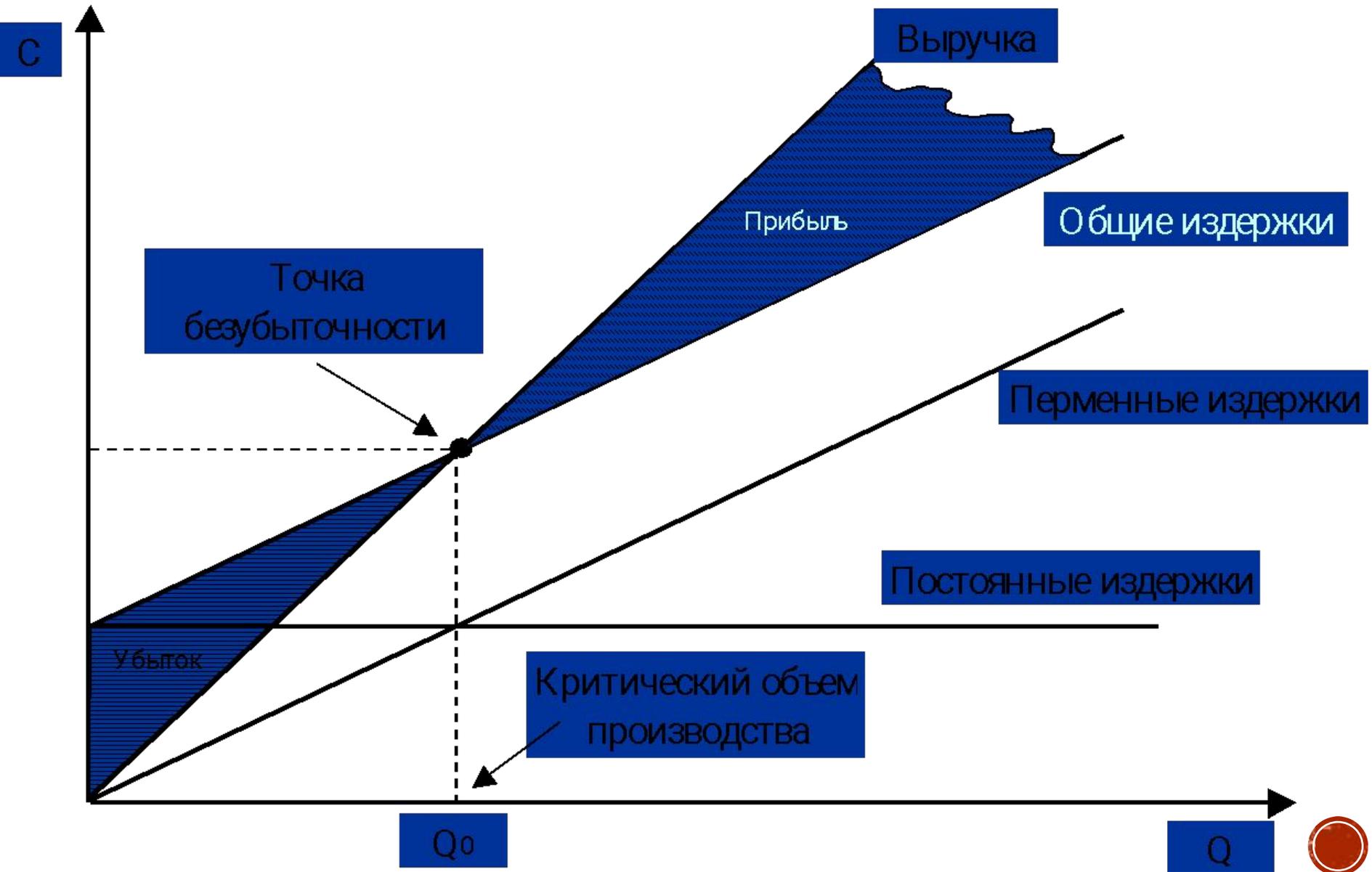
Формирование денежных

потоков

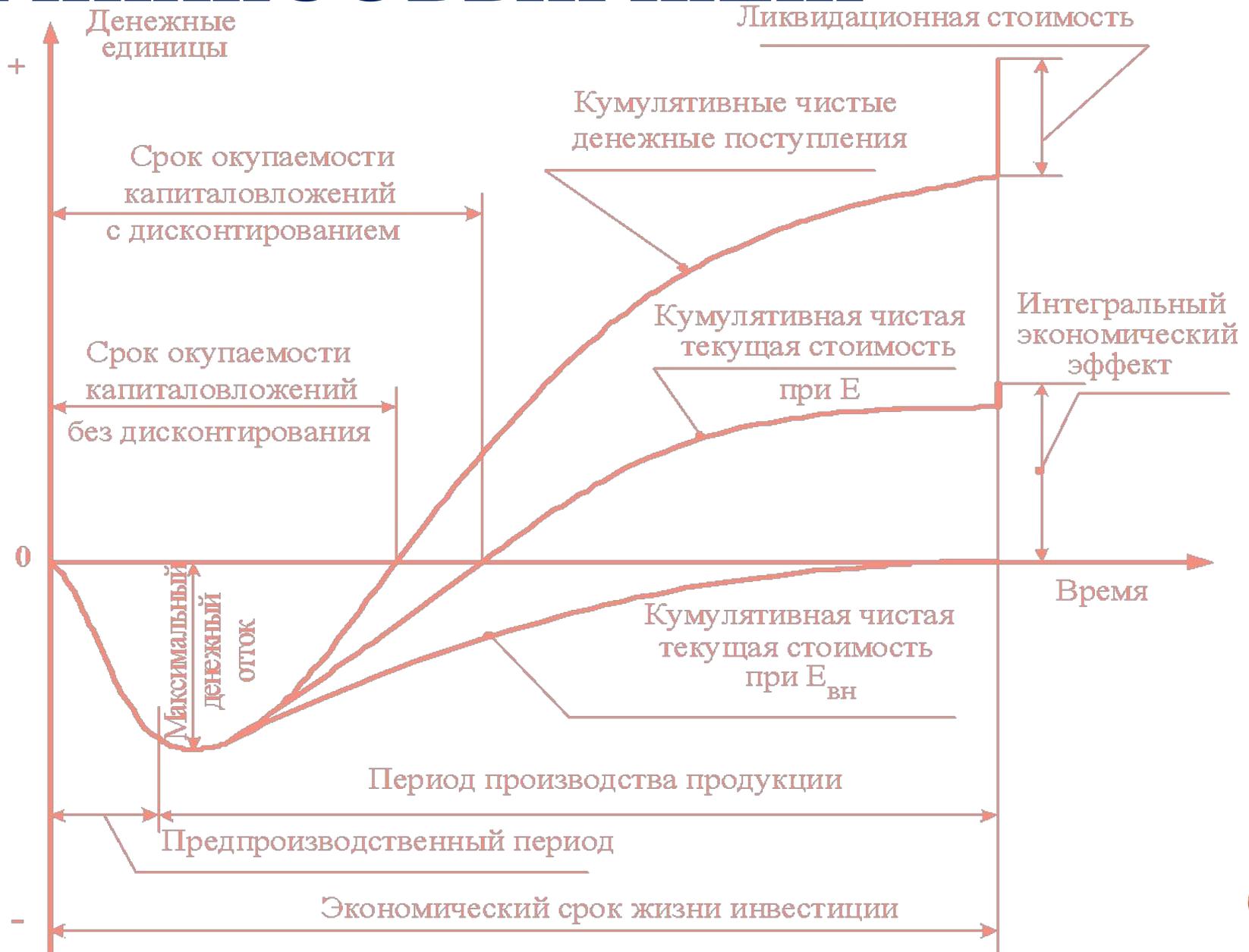
№ п/ п	Показатели	Ед. изме рени я	ВСЕГ О	Этапы реализации проекта		
				1	2	...
1	<b>Денежные поступления</b>					
1.1	От реализации продукции/услуг					
1.2	От прочих операций					
2	<b>Денежные выплаты</b>					
2.1	Затраты на производство					
2.2	Платежи в бюджет					
3	<b>Сальдо денежного потока</b>					
4	Сальдо денежного потока нарастающим итогом					



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН



# АНАЛИЗ РИСКОВ

- **Рыночные:** снижение емкости рынка, снижение спроса, ужесточение конкуренции
- **Производственные:** снижение кадрового потенциала, снижение качества
- **Финансовые:** сбалансированность капитала, снижение платежеспособности, достижение нормативной прибыли
- **Риски менеджмента**



# ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА

- рентабельность инвестиций (ROI);
- период возврата (срок окупаемости) инвестиций;
- чистая текущая стоимость проекта (NPV).

$$ROI = \frac{1}{I} \cdot \frac{\sum_{(t)} \pi_t}{T}$$

$\pi$  – чистая прибыль от проекта в году  $t$ ;  $T$  – количество лет в инвестиционном периоде;  $I$  – величина инвестиционных затрат, связанных с реализацией проекта.

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{NCF_t}{(1+R)^t} - I$$

$I$  – единовременные затраты, совершаемые в инвестиционном (нулевом) интервале;  $NCF_t = (CIF_t - COF_t)$  – чистый денежный поток.

