БИЗНЕС-ПЛАН ВЕДЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ

ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Наименование проекта Организация игрового клуба настольных и консольных игр

1. Название предприятия / организационно-правовая форма Самозанятый

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

2. ИНН 542413081685

3. Контактные данные компании:

ФИО руководителя Светюков Никита Алексеевич

(фамилия, имя, отчество; последнее - при наличии)

Юридический адрес Новосибирская область, р.п. Колывань, ул. Блюхера, д. 32/1

Телефон +79139183065

e-mail nsvetyukov@bk.ru

вид деятельности (для самозанятых) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

4. ОКВЭД с расшифровкой (для субъектов МСП) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5. Место реализации проекта (адрес) Новосибирская область, р.п. Колывань

6. Дата начала реализации проекта 1 апреля

7. Продолжительность реализации проекта, мес. 12

8. Необходимость лицензии /разрешения для ведения деятельности не требуется

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

9. Стоимость проекта 350000                                                                                 рублей,

в том числе:

собственные средства 0                                                                                           рублей

средства государственной социальной помощи 350000                                      рублей

Срок окупаемости проекта 8                                                                                        мес.

Рентабельность продукции 320                                                                                       %

Порог рентабельности проекта 121340                                                                  рублей

Чистая прибыль проекта 410200                                                                             рублей

Количество созданных рабочих мест (при наличии) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Резюме

**Меня зовут Никита, я 20-летний студент 4 курса колледжа НГТУ.** Изначально я учился на программиста, но в процессе обучения понял, что хочу связать свою жизнь с бизнесом и инвестициями. К 19 годам мне удалось накопить 90 тысяч рублей, но этой суммы недостаточно для открытия собственного дела.

**У меня был опыт участия в проекте «Я в деле»,** где я генерировал различные бизнес-идеи. После прохождения курса «Азбука предпринимателя» я стал более реалистично оценивать свои возможности и постепенно отсеивал менее перспективные направления.

**При разработке бизнес-плана начал с тщательного изучения своих конкурентов.** Я не только пользовался их услугами, но и сумел пообщаться с одним из владельцев антикафе. Он рассказал мне, что этот бизнес обладает высокой маржинальностью и потенциалом для расширения, а его прибыль стабильно растет, особенно в последние пять лет.

**Далее я занялся поиском подходящего помещения.** Я изучил предложения на рынке коммерческой недвижимости и заручился поддержкой знакомых, которые помогли мне найти выгодные условия аренды.

**Одним из ключевых элементов моего бизнес-плана является маркетинговая стратегия.**

**Целевая аудитория моего антикафе:**

* **Студенты:** 18-25 лет, проживающие в непосредственной близости от заведения, ищущие место для учебы, работы, отдыха и общения.
* **Фрилансеры:** 20-35 лет, ценящие гибкий график работы и комфортную рабочую атмосферу.

**Для продвижения антикафе я планирую использовать:**

* **Онлайн-маркетинг:** создание веб-сайта, ведение социальных сетей, таргетированная реклама.
* **Оффлайн-маркетинг:** распространение листовок, участие в мероприятиях, организация мастер-классов, сотрудничество с образовательными учреждениями.

**Ценообразование будет гибким:**

* **Почасовая оплата.**
* **Абонементы** на день, неделю, месяц.
* **Пакеты услуг** для разных целей (учеба, работа, отдых).
* **Скидки и акции** для студентов, фрилансеров, постоянных клиентов, в честь праздников.

**Для оценки эффективности маркетинговой стратегии я буду:**

* Анализировать посещаемость.
* Изучать отзывы клиентов.

**Реализация маркетингового плана будет проходить:**

* Поэтапно, с отслеживанием эффективности.
* С постоянным совершенствованием и адаптацией, если это потребуется.

**Ожидаемый результат:**

* Повышение узнаваемости антикафе.
* Увеличение количества клиентов и рост выручки.
* Создание сообщества вокруг антикафе и формирование лояльной клиентской базы.

Я уверен, что мой бизнес-план является реалистичным и выполнимым.

Буду рад возможности подробнее рассказать о своем проекте и ответить на ваши вопросы.

Раздел 1 «Описание бизнеса»

**Общее описание компании**:

Игровой клуб, специализирующийся на организации игрового пространства для настольных и консольных игр. А также организации сообществ и мероприятий.

**Цели проекта**:

*Краткосрочные цели:*

* Я не просто хочу привлечь 100 клиентов в месяц в течение первых 3 месяцев, но и чтобы каждый из них стал частью сообщества.
* Я планирую достичь самоокупаемости в течение 6-8 месяцев, что позволит мне инвестировать еще больше в развитие и улучшение услуг для клиентов.

*Долгосрочные цели:*

* Я вижу свою перспективу в расширении сети игровых клубов, чтобы дать возможность еще большему числу людей наслаждаться играми.
* Планирую развивать онлайн-направление, чтобы каждый мог присоединиться к нашему сообществу.
* Проведение турниров позволит нашим клиентам испытать себя, а также привлечет новых любителей игр.
* Создание собственной линейки настольных игр - это шаг к тому, чтобы сделать наше сообщество еще более уникальным и интересным.

**Потенциал проекта:**

Рынок настольных игр в России быстро развивается, и спрос на игровые пространства и услуги ведущих растёт. Игровые клубы - это перспективный бизнес с высокой рентабельностью. Именно поэтому уверен в успехе своего проекта.

**Уникальность:**

Мой бизнес уникален благодаря индивидуальному подходу к каждому клиенту. Если не хватает игроков, я могу сыграть с вами. У меня есть опытные игровые ведущие и доступные цены. Это делает мой клуб идеальным местом для встречи с друзьями и проведения мероприятий. Мой клуб - это не просто место, где можно поиграть, это - сообщество, где каждый найдет что-то для себя. А также в будущем и уникальные настольные игры, не имеющие аналогов.

Раздел 2 «Продукты и услуги»

1. **Наименование продукции / услуги:** Игровой клуб, специализирующийся на организации игрового пространства для настольных и консольных игр. А также организации сообществ и мероприятий.
2. **Назначение продукции / услуги:**
   * **Удовлетворяемые потребности:** удовлетворяет потребности тех, кто хочет играть в консоли или настольные игры, но не имеет возможности или компаньонов для этого.
   * **Область применения продукции / услуги:** Мой клуб функционирует как антикафе, где посетители платят за время, проведенное в клубе. Место, где люди могут играть в видеоигры на игровых консолях или настольные игры.
3. **Основные характеристики продукции / услуги:** Я предлагаю доступ к широкому спектру настольных и консольных игр, уютное пространство для игры и возможность участия в игровых мероприятиях, турнирах.
4. **Основные конкурентные преимущества продукции / услуги:** 
   * Мой бизнес уникален благодаря индивидуальному подходу к каждому клиенту. Если не хватает игроков, я могу сыграть с вами.
   * У меня есть опытные игровые ведущие и доступные цены. Это делает мой клуб идеальным местом для встречи с друзьями и проведения мероприятий.
   * Мой клуб - это не просто место, где можно поиграть, это - сообщество, где каждый найдет что-то для себя. А также в будущем и уникальные настольные игры, не имеющие аналогов.

Раздел 3 «Анализ рынка»

1. **Кто мой потребитель продукции / услуги?** Мой целевой рынок включает любителей игр всех возрастов, от студентов до пожилых людей.
2. **Каковы мои основные сегменты рынка?** Мои основные сегменты рынка - это студенты, молодые работающие люди. Эти группы являются наиболее привлекательными в финансовом отношении. Идеальный потребитель - это любитель игр, который ценит общение и обмен опытом с другими игроками.
3. **В чем заключаются товарные особенности целевых сегментов и их ассортиментное наполнение?** Я предлагаю широкий ассортимент настольных и консольных игр, чтобы удовлетворить разнообразные вкусы и интересы моих целевых сегментов. Для идеального клиента я предлагаю программы лояльности, абонементы и акции.
4. **Каков спрос и оценка потенциала рынка в целом и по сегментам?** Спрос на игровые пространства и услуги игровых ведущих растет. Я оцениваю потенциал рынка как очень высокий. Ценовое состояние рынка варьируется, но я стремлюсь предложить конкурентоспособные цены, чтобы привлечь и удержать клиентов.
5. **Какую долю рынка я собираюсь контролировать?** Я планирую контролировать значительную долю рынка в Новосибирске, стремясь к 5% рынка, так как в Колывани смогу занимать 50%.

3.2. «Swot-анализ»

Таблица 1

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны (S)** | **Слабые стороны (W)** |
| - Быстро развивающаяся ниша | - Недостаток финансирования |
| - Уникальность в своём районе нахождения | - Не большая база клиентов |
| - Большой опыт в сфере игр | - Требуется постоянное присутствие в зале |
| - Большой ассортимент услуг | - Слабая узнаваемость |
| **Возможности(0)** | **Угрозы (T)** |
| - Снижение курса доллара | - Санкции на поставщиков игр |
| - Конец СВО и снятие санкций | - Отсутствие опыта в ведении бизнеса |
| - Растущий рынок | - Новые конкуренты |
| - Изменение потребительских предпочтений | - Сезонный спад клиентов |

Вывод: На основании SWOT-анализа можно сделать вывод, что компания имеет потенциал для успешного развития на рынке. Однако для этого необходимо преодолеть ряд слабых сторон, таких как недостаток финансирования и слабая узнаваемость. Следует сосредоточиться на реализации своих сильных сторон. Также необходимо быть готовым к потенциальным угрозам, таким как новые конкуренты или сезонный спад клиентов.

Таблица 2

Преимущества и недостатки представленной на рынке аналогичной продукции/услуги

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Преимущества** | **Недостатки** | **Мои предложения** |
| Широкий ассортимент продукции | Ограниченный выбор услуг | Расширить ассортимент продукции |
| Доступные цены | Недостаточно квалифицированный персонал | Предложить новые услуги |
| Удобное расположение | Неудобный график работы | Развивать онлайн площадки, соц. сети |
| Высокое качество обслуживания | Отсутствие онлайн-платформы | Сделать гибкий график ориентированный на клиентов |

3.3. Анализ конкурентов

Таблица 3

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименования конкурентов**  **(по убыванию их значимости)** | **Основные преимущества** | **Основные**  **недостатки** | **Основной спектр продукции**  **(совпадающий с вашей компанией)** | **Маркетинговые**  **предложения** | **Используемая стратегия** |
| MagicTime (https://vk.com/magictime\_loft) | Есть акции, возможно забронировать чтоб отметить день рождения, большой выбор настольных игр, возможность нанять ведущего игры, наличие VR-гарнитуры | Удалённость от метро (пешком 20 минут), низкое качество экранов | Предоставления места для отдыха | Ежемесечные скидки, скидки по поводу праздников | Ведение социальных сетей для родителей с детьми 8 - 16 лет |
| King (https://vk.com/king.nsk54/) | Большое количество отдельных комнат, близость к метро, возможность заказать кальян, купить закуски и чай | Несоответствие цен, неактивные социальные сети | Предоставления места для отдыха | При покупке 4 часов 1 час в подарок, постоянным посетителям скидки | Основные посетители - поколение z, люди 14 - 25 лет |
| Игровой клуб в ТЦ Кривцовъ | Лояльная администрация, можно забронировать на ночь, невысокие цены | Лишь одна игровая консоль Xbox, нельзя приносить с собой еду/напитки, нет возможности поиграть в эксклюзивы PlayStation,  постоянная очередь, отсутствие сайта и групп/сообществ в социальных сетях | Предоставления места для отдыха | При покупке 4 часов 1 час в подарок, постоянным посетителям скидки | Основные посетители - поколение z, люди 14 - 25 лет |

Вывод: Все эти конкуренты предлагают место для отдыха и имеют свои уникальные преимущества и недостатки. Они также используют различные маркетинговые стратегии для привлечения своих целевых аудиторий. Однако, учитывая эти данные, мой игровой клуб может найти свою уникальную нишу на рынке, предлагая уникальные возможности и программы лояльности, а также активно работая над устранением упомянутых выше недостатков конкурентов.

Раздел 4 «План маркетинга»

4.1. Ценовая политика

Таблица 4

Сопоставление цен и стоимости услуг на свою продукцию и продукцию конкурентов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции / услуг | ед. изм. | Цена, руб. | | |
| Собственная цена | Конкурент 1 | Конкурент 2 |
| 1 | Снятие игровой комнаты на час | шт. | 1000 | 1500 | 1500 |
| 2 | Покупка места в игру | шт. | 250 | 250 | 300 |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

Тактика реализации продукции (работ, услуг): взаимодействия с учебными заведениями, кружками и секциями.

Способы продвижения продукции (работ, услуг) на рынок (реклама, скидки, участие в выставках и т.д.): в первую очередь развитие и реклама в социальных сетях, бартер с популярными салонами в относительной близости.

Методы реализации (прямая поставка, торговые представители, посредники), наличие предварительных договоренностей и протоколов намерений на поставку (наименование организаций): Реализация происходит в арендуемом помещении, имеется в дальнейших планах создать услугу с выездом и проведением мероприятий.

4.2. План продаж продукции в натуральном выражении

Таблица 5

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателей | ед. изм. | Периоды (по кварталам) | | | | Итого за год |
| 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |
| 1. Снятие игровой комнаты на час | шт. | 26 | 39 | 39 | 39 | 143 |
| 1. Покупка места в игру | шт. | 390 | 455 | 455 | 455 | 1755 |
| 1. Итого | шт. | 416 | 494 | 494 | 494 | 1898 |

Раздел 5 «Производственный план»

5.1. Описание местоположения: Новосибирская область, р. п. Колывань, ул. Блюхера 36/1.

5.2. Выбор места реализации проекта, его особенности

Таблица 6

|  |  |
| --- | --- |
| Место реализации проекта (указать точный адрес) | Новосибирская область, рабочий посёлок Колывань, улица Блюхера 36/1 |
| Обеспеченность инфраструктурой (транспортной, инженерной, социальной) | 11 минут от автовокзала и в 3 минутах от спального района Свет, газ, вода, вентиляция, туалет 12 минут от одной школы и 15 минут от второй школы |
| Наличие производственных площадей (их размер), в т.ч.:   * в собственности * в аренде (указать на какой срок) | Аренда 20 м² на 12 месяцев |
| Состояние производственных площадей | Хорошее место в котором недавно сделали ремонт,  никаких дополнительных вложений не требуется, имеются камеры видеонаблюдения |
| Доступность производственных площадей для покупателей | Парковочные места, есть лёгкий подъезд, довольно проходимое место |

5.3. Производственная мощность

Таблица 7

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование | Значение |
| 1. Годовая производственная мощность предприятия, ед. | 3400 |
| 2. Режим работы предприятия, час | 2040 |

5.4. Объем производства продукции / услуг в натуральном выражении по периодам проекта, ед.

Таблица 8

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции / услуги | Ед.  изм. | Объем производства продукции / услуг в натуральном выражении по периодам проекта, ед. | | | | Итого по проекту |
| 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |  |
| 1 | Снятие игровой комнаты на час | шт. | 26 | 39 | 39 | 39 | 143 |
| 2 | Покупка места в игру | шт. | 390 | 455 | 455 | 455 | 1755 |
|  | Итого | шт. | 416 | 494 | 494 | 494 | 1898 |

5.5. Объем производства продукции / услуг в денежном выражении по периодам проекта, руб.

Таблица 9

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование продукции / услуги | Цена 1 ед. | Объем производства продукции / услуг в денежном выражении по периодам проекта, руб. | | | | Итого по проекту |
| 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |  |
| 1 | Снятие игровой комнаты на час | 1000 | 26000 | 39000 | 39000 | 39000 | 143000 |
| 2 | Покупка места в игру | 250 | 97500 | 113750 | 113750 | 113750 | 438750 |
|  | Итого |  | 123500 | 152750 | 152750 | 152750 | 581750 |

Раздел 6 «План персонала»

В процессе реализации проекта возникает необходимость в создании\_\_\_\_\_ рабочих мест.

Расчет списочного состава работников, фонда оплаты труда (ФОТ), страховых платежей *(заполняется один из предложенных вариантов таблиц).*

Таблица 10

Вариант 1

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Сотрудник, должность | Численность, чел | Повременная оплата труда (месячная зар.плата), руб. | Сдельная оплата труда, руб. | | | ФОТ, руб. | |
| тариф. ставка, руб/дн. | месяч. норма выходов | месяч. сдельная зарплата | руб/ мес. | руб/год |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Всего |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Страховые взносы в ПФ, ОМС, ФСС 30% | | | | | |  |  |

Вариант 2

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Профессия, должность | Среднесписочная численность, чел. | | | Повременная оплата труда (месячная зарплата),  руб. | Сдельная оплата труда, руб. | | | ФОТ, руб. | |
| явочная | коэф.списоч. числ. | списочная |
| тариф. ставка, руб/дн. | месяч. норма выходов | месяч. сдельная зарплата | руб/ мес. | руб/ год |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Всего |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Страховые взносы в ПФ, ОМС, ФСС 30% | | | | | | | | |  |  |

По периодам проекта

Таблица 11

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатель | Год, руб. | | | | Итого по проекту |
| 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |  |
|  | ФОТ |  |  |  |  |  |
|  | Страховые взносы |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Раздел 7 «План затрат»

7.1. Материальные производственные затраты в стоимостном выражении

Таблица 12

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид материальных затрат | Ед.изм | Продукт 1 | | | | Продукт 2 | | | | Материальные затраты на весь объем производства, руб. |
| Норма расхода на 1 ед  в натур. выраж | Цена  мат. затрат  руб/ед | Объем  пр-ва,  шт. в год | Материальные затраты, руб. | Норма расхода  на 1 ед в натур. выраж | Цена  мат. затрат  руб/ед | Объем  пр-ва,  шт. в год | Материальные затраты, руб. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 1. 6+10 |
| 1. Электроэнергия (на технологические цели) | квт/час |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Затраты на электричество для Play Station 5 | квт/час | 0,2 | 1,1243 | 1755 | 1973,1465 |  |  |  |  |  |
| Затраты на электричество для телевизора | квт/час | 0,15 | 0,843225 | 1755 | 1479,859875 | 0,15 | 0,843225 | 143 | 120,58 |  |
| Затраты на электричество для Xbox Siries X | квт/час | 0,2 | 1,1243 | 1755 | 1973,1465 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 5546,74 |
| ВСЕГО: |  | Х | Х | Х | 5426,153 | Х | Х | Х | 120,58 | ИТОГО |

7.2. Вспомогательные материальные затраты

Таблица 13

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Наименование вспомогательного материала | Ед. изм. | Вспомогательные материальные затраты, руб. | |
| за квартал | за год |
| 1 | Вода | руб. | 100 | 400 |
| 2 | Интернет | руб. | 2670 | 10680 |
| 3 | Электроэнергия | руб. | 1500 | 6000 |
| 4 | Газ (отопление) | руб. | 500 | 2000 |
| 5 | Покупка/создание игр | руб. | 6000 | 24000 |
|  | ВСЕГО | руб. | 10770 | 43080 |

7.3. Амортизация основных фондов (ОФ)

Таблица 14

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | Первоначальная ст-ть ОФ, руб. | Срок службы, лет | Годовая норма амортизации, % | Амортизац. отчисления, руб./год |
| Комплект 2 Телевизора LED TCL 55C735 | 112000 | 5 | 20 | 22400 |
| Комплект:  Play Station 5 +  Xbox Siries X +  2 джойстика PS5 +  2 джойстика Xbox | 161 500 | 5 | 20 | 32300 |
|  |  |  |  |  |
| ИТОГО: | 273500 | 5 | 20 | 54700 |

7.4. Смета затрат на производство

Таблица 15

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Статьи затрат | Годовые затраты, руб. | | |
| Всего | в т.ч. | |
| постоянные | переменные |
| 1 | Материальные затраты, в т.ч.: |  |  |  |
| 1.1 | производственные | 5546,74 |  | 5546,74 |
| 1.2 | вспомогательные | 43080 |  | 43080 |
| 2 | Затраты на оплату труда | - | - | - |
| 3 | Страховые взносы | - | - | - |
| 4 | Амортизация основных средств | 54700 | 54700 |  |
| 5 | Прочие денежные расходы: |  |  |  |
| 5.1 | ремонт помещения | - | - | - |
| 5.2 | канцелярские и хоз.расходы | - | - | - |
| 5.3 | расходы на подбор и обучение персонала | - | - | - |
| 5.4 | страхование имущества | - | - | - |
| 5.5 | аренда помещения | 52000 | 52500 |  |
| 5.6 | услуги связи | 3996 | 3996 |  |
| 6 | Внепроизводственные расходы, в т.ч.: |  |  |  |
| 6.1 | реклама |  |  |  |
| 6.2 | транспортные расходы, связанные со сбытом продукции |  |  |  |
| 7 | ИТОГО: | 159322,74 | 111196 | 48626,74 |
| 8 | Удельный вес, % | 100 | 69,79 | 30,52 |
| 9 | Затраты на 1 ед. продукции (услуги) | 83,94 | 58,59 | 25,62 |

7.5. Смета затрат по периодам проекта

Таблица 16

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Статья расходов | Год | | | | |
| 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал | всего |
| 1 | Материальные затраты, в т.ч.: |  |  |  |  |  |
| 1.1 | материальные производственные затраты | 1227,74 | 1439,67 | 1439,67 | 1439,67 | 5546,75 |
| 1.2 | вспомогательные материальные затраты | 4770 | 4770 | 4770 | 4770 | 19080 |
| 2 | Затраты на оплату труда | - | - | - | - |  |
| 3 | Страховые взносы | - | - | - | - |  |
| 4 | Амортизация основных средств | 13675 | 13675 | 13675 | 13675 | 54700 |
| 5 | Прочие денежные расходы: |  |  |  |  |  |
| 5.1 | ремонт помещения | - | - | - | - |  |
| 5.2 | канцелярские и хоз.расходы | - | - | - | - |  |
| 5.3 | расходы на подбор и обучение персонала | - | - | - | - |  |
| 5.4 | страхование имущества | - | - | - | - |  |
| 5.5 | аренда помещения | 13000 | 13000 | 13000 | 13000 | 52000 |
| 5.6 | услуги связи |  |  |  |  |  |
| 6 | Внепроизводственные расходы, в т.ч.: |  |  |  |  |  |
| 6.1 | реклама |  |  |  |  |  |
| 6.2 | транспортные расходы, связанные со сбытом продукции |  |  |  |  |  |
| 7 | ИТОГО: | 32672,74 | 32884,67 | 32884,67 | 32884,67 | 131326,75 |
| 8 | Удельный вес, % | 24,88 | 25,04 | 25,04 | 25,04 | 100 |
| 9 | Затраты на 1 ед. продукции (услуги) | 78,54 | 66,57 | 66,57 | 66,57 | 69,19 |

Раздел 8 «Финансовый план»

8.1. План прибылей и убытков

Таблица 17

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Показатели | Год | |
| за квартал | за год |
| 1 | Выручка от реализации, руб. (таб. № 9) | 145437,50 | 581750,00 |
| 2 | Общие затраты, руб. (таб. № 15) | 32831,68 | 131326,73 |
| 3 | Балансовая прибыль, руб. (п.1-п.2) | 112605,82 | 450423,27 |
| 4 | Налоговые платежи, руб. | 4504,23 | 18016,93 |
| 5 | Чистая прибыль, руб. | 108101,58 | 432406,34 |

8.2. Инвестиционные затраты по источникам финансирования

Таблица 18

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование инвестиционных затрат | Кол-во | Цена 1 ед., руб. | Затраты всего, руб. | Источники финансирования затрат, из них: | | |
| Финансовая помощь, руб. | Заемные средства\*, руб. | Собственные средства, руб. |
| 1 | Джойстик для Xbox Siries X | 2 | 7000 | 14000 |  |  |  |
| 2 | Джойстик для PS5 | 2 | 9000 | 18000 |  |  |  |
| 3 | Play Station 5 | 1 | 77000 | 77000 | 77000 | 0 | 0 |
| 4 | Xbox Siries X | 1 | 53000 | 53000 | 53000 | 0 | 0 |
| 5 | Телевизора LED TCL 55C735 | 2 | 56000 | 112000 | 112000 | 0 | 0 |
| 6 | Аренда | 4 | 13000 | 52000 | 52000 | 0 | 0 |
| 7 | Покупка/создание игр | 4 | 6000 | 24000 | 24000 | 0 | 0 |
|  | ИТОГО |  |  | 350000 | 318000 | 0 | 0 |

\*при условии привлечения заемных средств необходимо рассчитать процент по обслуживанию кредита

8.3. График реализации проекта по периодам

Таблица 19

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Наименование этапа проекта | 2024 год  апрель | Год | | | |
| 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |
| 1 | Регистрация Самозанятого |  |  |  |  |  |
| 2 | Оформление социального контракта |  |  |  |  |  |
| 3 | Закупка оборудывания |  |  |  |  |  |
| 4 | Заключение договора аренды помещения |  |  |  |  |  |
| 5 | Работа на полную мощность |  |  |  |  |  |

8.4. Расчет точки безубыточности

Годовой объем производства продукции (услуг) в натуральном выражении (Q):

* Снятие игровой комнаты на час - 1700
* Покупка места в игру - 1700

Таблица 20

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | На весь объем пр-ва | На 1 ед. продукции | Удельный вес, % |
|
| Снятие игровой комнаты на час | | | |
| Выручка, руб./год | 143000 | 1000 | 24,58 |
| Постоянные затраты, руб./год | 55598 | 388,80 | 24,58 |
| Переменные затраты, руб./год | 21660,58 | 151,47 | 24,58 |
| Совокупные затраты, руб./год | 77258,58 | 540,27 | 24,58 |
| Покупка места в игру | | | |
| Выручка, руб./год | 438750 | 250 | 75,42 |
| Постоянные затраты, руб./год | 55598 | 31,68 | 75,42 |
| Переменные затраты, руб./год | 26966,15 | 15,37 | 75,42 |
| Совокупные затраты, руб./год | 82564,15 | 47,05 | 75,42 |

Точка безубыточности в натуральном выражении (в год)

* Снятие игровой комнаты на час – 17 шт.
* Покупка места в игру – 179 шт.

Точка безубыточности в денежном выражении (в год)

* Снятие игровой комнаты на час – 16106 руб.
* Покупка места в игру – 44500 руб.

8.5. Основные технико-экономические показатели проекта

Таблица 21

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование показателей | Ед. изм. | Год | | | | Итого по проекту |
| 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |
| 1 | Объем производства в натуральном выражении |  | 416 | 494 | 494 | 494 | 1898 |
| 2 | Выручка от реализации продукции |  | 123500 | 152750 | 152750 | 152750 | 581750 |
| 3 | Совокупные затраты на пр-во и сбыт продукции / услуг |  | 32672,74 | 32884,67 | 32884,67 | 32884,67 | 131326,74 |
| 4 | Инвестиционные затраты, в т.ч. |  | 278440 | 0 | 0 | 0 | 278440 |
| 4.1 | собственные средства |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4.2 | заемные средства |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4.3 | средства государственной социальной помощи |  | 350000 | 0 | 0 | 0 | 350000 |
| 5 | Стоимость основных средств |  | 273500 | 0 | 0 | 0 | 273500 |
| 6 | Производственная мощность оборудования |  | 850 | 850 | 850 | 850 | 3400 |
| 7 | Списочная численность |  | - | - | - | - | 0 |
| 8 | ФОТ |  | - | - | - | - | 0 |
| 9 | Среднемесячная заработная плата |  | 4940 | 6110 | 6110 | 6110 | 23270 |
| 10 | Чистая прибыль |  | 85887,26 | 108101,58 | 108101,58 | 108101,58 | 410192 |
| 11 | Порог рентабельности |  | 24428,13 | 32305,34 | 32305,34 | 32305,34 | 121338,35 |
| 12 | Рентабельность продукции |  | 263 | 329 | 329 | 329 | 312 |
| 13 | Срок окупаемости проекта | мес. |  |  |  |  | 8,1 |

Высокая рентабельность достигается за счёт невысоких затрат на оказание услуг!

8.6. Движение денежных средств по проекту

Таблица 22

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Год | | | | Итого по проекту |
| 1 квартал | 2 квартал | 3 квартал | 4 квартал |
| 1. Наличие денежных средств на начало периода (собственные средства) | 0 | 161000,58 | 349869,23 | 462237,88 | 973107,70 |
| 2. Финансовая помощь | 350000 | 76500 |  |  | 426500 |
| 3. Выручка от оказания услуг, производства продукции, руб. | 123500 | 152750 | 152750 | 152750 | 581750 |
| ИТОГО поступления: | 473500,00 | 390250,58 | 502619,23 | 614987,88 | 1981357,69 |
| 4. Платежи, всего: руб. | 312499,42 | 40381,35 | 40381,35 | 40381,35 | 433643,5 |
| *в том числе:*  *4.1. материалы* |  |  |  |  |  |
| *4.2. электроэнергия* | 1386,69 | 1386,69 | 1386,69 | 1386,69 | 5546,76 |
| *4.3. затраты на оплату труда* |  |  |  |  |  |
| *4.4. страховые взносы* |  |  |  |  |  |
| *4.5. приобретение основных средств* | 273500 |  |  |  | 273500 |
| *4.6. прочие расходы всего* | 32672,74 | 32884,67 | 32884,67 | 32884,67 | 131326,75 |
| 5. Налог на прибыль | 4940 | 6110 | 6110 | 6110 | 23270 |
| 6. Возврат заемных средств и % |  |  |  |  |  |
| 7. Выплаты за счет прибыли |  |  |  |  |  |
| 8. Остаток денежных средств на конец периода | 161000,58 | 349869,23 | 462237,88 | 574606,53 | 1547714,23 |