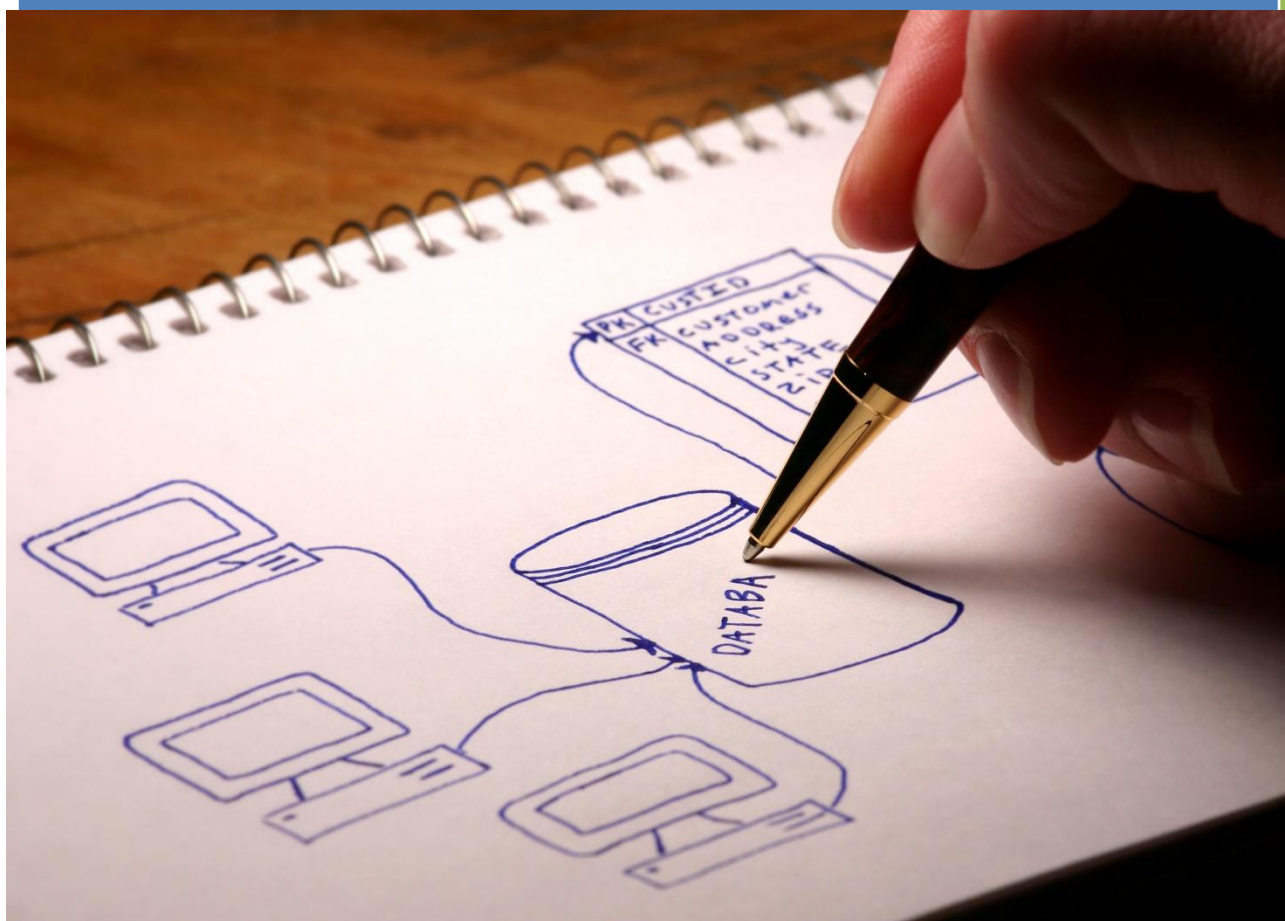


# 2015

## Бизнес-план разработки программного обеспечения для баз данных



«Питер-Консалт»

## Оглавление

1. Резюме бизнес-плана разработки программного обеспечения.....	3
1.1. Сущность проекта.....	3
1.2. Предполагаемая форма и условия участия инвестора.....	4
2. Анализ рынка разработки программного обеспечения и концепция маркетинга .....	4
2.1. Определение основной идеи и целей проекта .....	4
2.2. Оценка существующего спроса.....	4
2.3. Ожидаемая конкуренция .....	8
2.4. Маркетинг.....	8
2.4.1. Концепция маркетинга.....	8
2.4.2. Цели маркетинга .....	8
2.4.3. Целевая аудитория .....	8
2.4.4. Тактика маркетинга .....	9
2.4.5. План продаж .....	11
3. Материальные ресурсы.....	12
3.1. Помещения.....	12
3.2. Оборудование.....	12
3.3. Текущие расходы проекта .....	12
3.4. Инвестиционные расходы проекта.....	12
4. Организация.....	14
4.1. Организационная структура .....	14
4.2. Штатное расписание .....	14
4.3. Календарный план осуществления проекта.....	14
5. Налоговое окружение .....	14
6. Финансовый план .....	15
6.1. Прогнозный отчет о движении средств .....	15
6.2. Прогнозный отчет о прибылях и убытках .....	15
6.3. Прогнозный баланс.....	15
7. Эффективность проекта.....	16
7.1. Финансовые показатели .....	16
7.2. Анализ безубыточности.....	16
7.3. Показатели экономической эффективности.....	16
8. Анализ рисков .....	18
8.1. Организационные и управленческие риски.....	18
8.2. Финансовые риски.....	19
8.3. Экономические риски.....	19
9. Приложение. Список ключевых клиентов.....	20
10. Приложение. Предложение услуг по хостингу .....	20

## 1. Резюме бизнес-плана разработки программного обеспечения

### 1.1. Сущность проекта

В рамках рассматриваемого в бизнес-плане разработки программного обеспечения проекта планируется создание .....

В настоящее время на **рынке не представлены .....** Таким образом, конкуренция по рассматриваемому направлению отсутствует.

Объем инвестиций по направлениям приведен в следующей таблице.

Направление инвестиций	Сумма, руб.
Финансирование оборотного капитала	** *** **
<b>ИТОГО:</b>	<b>** *** **</b>

**Таблица 1. Объем инвестиций по направлениям вложений**

Как видно из приведенной выше таблицы, единственным направлением инвестиций в рамках рассматриваемого проекта является финансирование оборотного капитала.

Сумма оборотных средств, указанная в приведенной выше таблице, направляется на финансирование текущих расходов предприятия в период до выхода проекта на самоокупаемость.

Инвестиционный период проекта составляет \*\* кварталов. После окончания инвестиционного периода дополнительные вложения проекту не требуются, он финансирует себя сам.

В следующей таблице приведены показатели экономической эффективности проекта.

Показатели	Единица измерения	Значения
Чистый Доход без учета дисконта (PV)	руб.	* *** ** *
ВНД (IRR), % в год.	%	** , %
Чистый Дисконтированный Доход (NPV)	руб.	*** ** *
Чистый Дисконтированный Доход (NPV) с терминальной стоимостью (TV)	руб.	*** ** *
Срок окупаемости, мес.	мес.	**
Срок окупаемости с дисконтом, мес.	мес.	**
Индекс доходности инвестиций за период планирования		** , *

**Таблица 2. Показатели эффективности проекта**

Анализ прогнозных показателей экономической эффективности проекта свидетельствует о его инвестиционной привлекательности, о чем говорят следующие факторы.

- Положительное значение чистого дисконтированного дохода, составляющее \*\*\* млн. руб. без учета терминальной стоимости и \*\*\* млн. руб. с терминальной стоимостью.
- Высокое значение внутренней нормы доходности (ВНД) – \*\*%.

- Проект окупается в течение прогнозного периода. Простой срок окупаемости составляет \*\* мес., дисконтированный срок окупаемости равен \*\* мес.

Анализ чувствительности продемонстрировал высокую устойчивость проекта к негативному изменению цен на предоставляемые услуги.

**Совокупность приведенных показателей свидетельствует о положительных перспективах реализации данного проекта.**

### **1.2. Предполагаемая форма и условия участия инвестора**

В качестве источника финансирования инвестиций предполагается использование средств инициатора проекта и инвесторов.

## **2. Анализ рынка и концепция маркетинга**

### **2.1. Определение основной идеи и целей проекта**

В рамках рассматриваемого в бизнес-плане разработки программного обеспечения проекта планируется создание .....

.....

В рамках проекта планируется также создание облачного репозитория для .....

- .....

### **2.2. Оценка существующего спроса**

В настоящее время на рынке широко представлены системы управления базами данных (СУБД), реализуемые по лицензии с открытым кодом, а также с коммерческими лицензиями.

Открытое программное обеспечение (англ. open-source software) — программное обеспечение с открытым исходным кодом. Исходный код таких программ доступен для просмотра, изучения и изменения, что позволяет пользователю принять участие в доработке самой открытой программы, использовать код для создания новых программ и исправления в них ошибок — через заимствование исходного кода, если это позволяет совместимость лицензий, или через изучение использованных алгоритмов, структур данных, технологий, методик и интерфейсов.

Исходные коды открытых программ выпускаются либо как общественное достояние, либо на условиях «свободных» лицензий — как, например, GNU General Public License или BSD License. Свободная лицензия позволяет использовать исходный код программы для своих нужд с минимальными ограничениями, не противоречащими определению OpenSource.org. Таким ограничением может быть требование ссылаться на предыдущих создателей или требование сохранять свойство открытости при дальнейшем распространении той же самой или модифицированной открытой программы (копилефт).

Как правило, приобретение программного обеспечения с открытым кодом не подразумевает оплаты, вместе с тем коммерческие организации могут взимать плату за поддержку программ с открытым кодом, установку, консультирование, дополнительные услуги.

Программное обеспечение, распространяемое по коммерческим лицензиям, не раскрывает исходный код и, как правило, распространяется на условиях денежной оплаты.

На следующей диаграмме представлена структура рынка СУБД по данным базы знаний .....<sup>1</sup>

Как видно из представленной ниже диаграммы, .....

.....

### **Диаграмма 1. Структура рынка СУБД**

Необходимо отметить, что популярность систем с открытым кодом постепенно растет, в то же время среди коммерческих продуктов наблюдается обратная тенденция. Наглядно это представлено на следующей диаграмме.

.....

### **Диаграмма 2. Структура рынка СУБД в динамике**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

Таким образом, **при разработке программного обеспечения в рамках рассматриваемого проекта целесообразно разрабатывать .....**

В следующей таблице представлена структура рынка СУБД, распространяемых по лицензии с открытым кодом.<sup>2</sup>

.....

### **Диаграмма 3. Структура рынка СУБД, распространяемых по лицензии с открытым кодом**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

Аналогичные данные по рынку СУБД, распространяемых по коммерческим лицензиям, отсутствуют. База знаний ..... составляет регулярный рейтинг популярности СУБД на основе оценок, рассчитанных по следующим параметрам:

- число упоминаний СУБД в сети;
- общий интерес к СУБД на основе данных по запросам в поисковых системах;

---

<sup>1</sup> .....

<sup>2</sup>...к:..р:/.g...c./2015/04/23...e...t.....-2015/

- частота технических обсуждений СУБД на специализированных ресурсах;
- число вакансий специалистов с упоминанием СУБД;
- число профилей в профессиональных сетях с упоминанием СУБД;
- число упоминаний в социальных сетях.

В следующей таблице представлен рэнкинг реляционных СУБД на июль  
\*\*\*\* Г.3

.....

### Таблица 3. Рэнкинг реляционных СУБД

Как видно из представленной выше таблицы, .....

.....

Еще одним источником информации по распространенности СУБД может служить данные магического квадранта аналитической компании Gartner.

Gartner – исследовательская и консалтинговая компания, специализирующаяся на рынках информационных технологий. Наиболее известна регулярными исследованиями рынков информационных технологий и аппаратного обеспечения. Исследованиям Gartner регулярно посвящаются статьи в таких изданиях, как Financial Times, The Wall Street Journal, The New York Times, Der Spiegel, The Register, ZDNet.

Для оценки поставщиков какого-либо сегмента рынка информационных технологий Gartner использует две линейные прогрессивные экспертные шкалы:

- полнота видения (англ. completeness of vision),
- способность реализации (англ. ability to execute),

Каждый поставщик, попавший в рамки рассмотрения для исследуемого сегмента рынка, оценивается по этим двум критериям. При этом *полнота видения* откладывается на оси абсцисс, *способность реализации* – на оси ординат. Каждый поставщик, таким образом, оказывается в одном из четырёх квадрантов плоскости, называемых:

- *лидеры* (англ. *leaders*) – поставщики с положительными оценками как по *полноте видения*, так и по *способности реализации*,
- *претенденты* (англ. *challengers*) – поставщики с положительными оценками только по *способности реализации*,
- *провидцы* (англ. *visionaries*) – поставщики с положительными оценками только по *полноте видения*,
- *нишевые игроки* (англ. *niche players*) – поставщики с отрицательными оценками по обоим критериям.

---

3 .....

Gartner называет *магическим квадрантом* конкретный анализ какого-либо сегмента рынка, с распределением поставщиков по указанным четвертям; ежегодно компания выпускает несколько десятков магических квадрантов.

На следующей диаграмме представлен магический квадрант для поставщиков СУБД по состоянию на февраль \*\*\*\* г.

.....

#### **Диаграмма 4. Магический квадрант для поставщиков СУБД**

Как видно из приведенной выше диаграммы, .....

На основании представленной информации **можно сделать вывод, что в рамках рассматриваемого проекта при разработке ..... целесообразно обеспечить возможность работы создаваемой системы со следующими СУБД:**

- .....

На следующей диаграмме представлен прогноз рынка СУБД по данным аналитической компании Gartner.

.....

#### **Диаграмма 5. Динамика объема и прогноз рынка СУБД**

Как видно из представленной выше диаграммы, .....

**Прогнозируемый рост объемов рынка СУБД является положительным фактором при реализации рассматриваемого проекта, т.к. расширение рынка влечет за собой рост спроса на программное обеспечение для работы с СУБД, в том числе и создаваемую систему .....**

Полные данные по натуральному объему рынка СУБД отсутствуют, и этот показатель можно только оценить на основе данных, предоставляемых разработчиками ряда СУБД с открытым кодом о количестве установок их систем, а также на основе приведенных ранее данных о структуре рынка.

На основании полученных данных число установок СУБД с открытым кодом составляет около \*\*\* млн. ед., коммерческих СУБД – около \*\*\* млн. ед. Исходя из этого, можно оценить, что совокупно в мире установлено около \*\*\* млн. СУБД, из которых около \*\*% составляют системы, с которыми будет работать создаваемое программное обеспечение. Таким образом, **около \*\*\* млн. установок СУБД во всем мире сможет использовать создаваемую в рамках рассматриваемого проекта систему .....**

### 2.3. Ожидаемая конкуренция

В настоящее время на **рынке не представлены .....** Таким образом, **конкуренция по рассматриваемому направлению отсутствует.**

Для целей анализа целесообразно рассмотреть аналогичные системы, применяющиеся при разработке программного обеспечения.

Сравнение характеристик ..... для разработчиков программного обеспечения представлено в следующей таблице.

Как видно из представленной ниже таблицы, для большинства рассмотренных систем характерны следующие общие черты:

- .....

На основании представленной информации можно прийти к **выводу, что при реализации рассматриваемого проекта целесообразно:**

- .....

Наименование	Поставщик	Статус разработки	Архитектура	Лицензия	Платформы и ОС	Ценообразование
.....						

**Таблица 4. Сравнение характеристик систем ..... для разработчиков программного обеспечения**

### 2.4. Маркетинг

#### 2.4.1. Концепция маркетинга

Концепция маркетинга рассматриваемого проекта исходит из следующих положений:

- .....

#### 2.4.2. Цели маркетинга

Маркетинговая стратегия ставит перед собой ряд экономических и коммуникативных целей.

Экономические цели:

- .....

Коммуникативные цели:

- .....

#### 2.4.3. Целевая аудитория

Потребителями производимой в рамках рассматриваемого проекта продукции будут разработчики баз данных, работающих как с открытыми, так и коммерческими СУБД.



Разработанные продукты для открытых СУБД (MySQL, PostgreSQL, SQLite) будут распространяться по открытой лицензии без взимания платы, без предоставления поддержки. Аудитория бесплатных пользователей будет служить для привлечения внимания к проекту, часть бесплатных пользователей будет приобретать поддержку и возможность пользоваться создаваемым репозиторием ..... Данная аудитория не является целевой.

В качестве целевой аудитории проекта рассматриваются российские и зарубежные компании, которые будут приобретать коммерческие подписки на использование создаваемого программного обеспечения к открытым и коммерческим СУБД.

Среди всего объема целевой аудитории выделено определенное число крупных ключевых клиентов, которые будут первыми и основными потребителями производимой в рамках рассматриваемого проекта продукции. Это будут крупные российские предприятия, на которые в первую очередь планируется обратить внимание при организации сбыта продукции.

Отбор ключевых клиентов осуществляется по данным рейтинга крупнейших компаний России агентства «Эксперт РА».<sup>4</sup>

Компании, входящие в рейтинг, формируют более половины ВВП России. Рейтинг крупнейших компаний России от RAEX («Эксперт РА») стал наиболее репрезентативным списком ведущих российских компаний. За годы своего существования рейтинг получил признание как в России, так и за ее пределами, широко цитируется российскими и зарубежными СМИ.

В качестве ключевых клиентов рассматривались компании, находящиеся в рейтинге ниже \*\*-й позиции. Компании первой группы – лидеры отраслей, занимающие \*-\*\* позиции в рейтинге не рассматривались, исходя из следующих допущений:

- консервативности административного мышления;
- сложности и высокой регламентированности процедур внедрения разрабатываемых решений в таких компаниях.

В результате были отобраны \*\*\* компаний, список которых представлен в приложении.<sup>5</sup>

.....

#### **2.4.4. Тактика маркетинга**

##### **Позиционирование**

.....

##### **Конкурентные преимущества**

.....

##### **Развитие продукта**

---

<sup>4</sup> .....

<sup>5</sup> См. 9 Приложение. Список ключевых клиентов

.....

### **Каналы сбыта**

Сбыт и поддержка продуктов для ключевых клиентов (\*\*\*) отобранных компаний) осуществляется непосредственно из офиса создаваемой компании, силами работников отделов маркетинга и технической поддержки.

Сбыт и поддержка продуктов для мелких клиентов и клиентов за рубежом осуществляется через посредников в соответствующих регионах. Оплата услуг посредников учтена в расчетах.

### **Ценообразование**

При ценообразовании в рамках проекта учитывается влияние следующих факторов:

- .....

Для определения ценовых ориентиров выполнен расчет, представленный в следующей таблице.

.....

### **Таблица 5. Определение ценовых ориентиров**

Как видно из представленной выше таблицы, .....<sup>6</sup> Исходя из данных аналитической компании Gartner,<sup>7</sup> определены средние бюджеты по информационным технологиям по отобранным ключевым клиентам.

Из бюджетов на информационные технологии выделены средства на системы бизнес-анализа (Business intelligence, сокращенно BI), к которым относятся СУБД и программное обеспечение для разработки баз данных.

Сделано допущение, что сумма, которую клиенты платят за пользование разрабатываемым решением должна быть малозначительна для бюджета, т.е. не должна превышать \*%.

Полученные результаты показали, что предлагаемое **решение может стоить около \*\*\* тыс. руб.**

В следующей таблице представлены цены на аналогичные продукты – системы ..... для разработчиков программного обеспечения.

.....

### **Таблица 6. Анализ цен на аналогичные продукты**

Исходя из приведенных данных, сформированы следующие цены на реализуемую продукцию.

.....

### **Таблица 7. Ценообразование**

---

<sup>6</sup> См. 2.4.3 Целевая аудитория

<sup>7</sup> .....

Как видно из приведенной выше таблицы, стоимость коммерческой подписки для одного рабочего места на \* год составляет \*\* тыс. руб.

Для ключевых клиентов (\*\*\*) отобранных компаний)<sup>8</sup> планируется осуществлять реализацию пакетами на \* рабочих места. Таким образом, годовая оплата подписки (за \* рабочих места) составит \*\*\* тыс. руб., что примерно соответствует рассчитанным ранее ценовым ориентирам.

### **Программа продвижения**

Объем затрат на продвижение принят на основе данных аналогичных проектов.

Затраты на продвижение продукции осуществляются из двух источников:

- .....

Все затраты на продвижение учтены в составе текущих расходов рассматриваемого проекта.

### **2.4.5. План продаж**

В следующей таблице приведены допущения по доходам проекта.

.....

**Таблица 8. Допущения по доходам проекта**

Планируется поставить разработанные решения \*\*\* ключевым клиентам<sup>9</sup> в течение первых двух лет после начала реализации продукции. Для ключевых клиентов планируется осуществлять реализацию пакетами на \* рабочих места.

В следующей таблице приведены доходы проекта.

<b>Направление</b>	<b>ИТОГО</b>	<b>* год</b>	<b>* год</b>	<b>* год</b>	<b>* год</b>	<b>* год</b>
Средства от подписки	** ** ** ** **	*	** ** ** **	** ** ** **	** ** ** **	** ** ** **
<b>Направление</b>	<b>* год</b>	<b>* год</b>	<b>* год</b>	<b>* год</b>	<b>** год</b>	<b>** год</b>
Средства от подписки	** ** ** **	** ** ** **	** ** ** **	** ** ** **	** ** ** **	** ** ** **
<b>Направление</b>	<b>** год</b>	<b>** год</b>	<b>** год</b>	<b>** год</b>		
Средства от подписки	* ** ** **	* ** ** **	* ** ** **	* ** ** **		

**Таблица 9. Доходы проекта, руб.**

Как видно из приведенной выше таблицы, в первом прогнозном году доходы отсутствуют, идет разработка программного обеспечения. Со второго прогнозного года идет рост доходов.

<sup>8</sup> См. 2.4.3 Целевая аудитория

<sup>9</sup> См. 2.4.3 Целевая аудитория

### **3. Материальные ресурсы**

#### **3.1. Помещения**

До старта продаж разработка программного обеспечения ведется удаленно, без организации постоянного офиса.

После старта продаж организуется офис, расходы на аренду которого включены в текущие расходы проекта. Офис в основном используется для представительских и маркетинговых целей: проведение встреч, переговоров, размещение администрации и отдела маркетинга.

Сотрудники отдела технической поддержки работают удаленно.

#### **3.2. Оборудование**

Для целей расчета принято допущение, что для каждого сотрудника приобретается компьютерное оборудование на сумму \*\* тыс. руб. Данные затраты учтены в составе текущих расходов проекта.

#### **3.3. Текущие расходы проекта**

Текущие расходы проекта делятся на прямые расходы и косвенные расходы.

Прямые расходы – это текущие издержки, которые непосредственным образом относятся к производству и могут быть приведены на единицу продукции.

Косвенные расходы – это текущие издержки, которые относятся ко всему проекту и не могут быть приведены к единицам продукции.

В следующей таблице приведены ставки текущих расходов в рамках рассматриваемого проекта.

.....

#### **Таблица 10. Ставки текущих расходов**

В следующей таблице приведен расчет фонда оплаты труда (ФОТ) проекта.

.....

#### **Таблица 11. ФОТ проекта**

В следующей таблице приведены текущие расходы проекта.

.....

#### **Таблица 12. Расходы проекта, руб.**

Структура расходов приведена на следующей диаграмме.

.....

#### **Диаграмма 6. Структура расходов**

#### **3.4. Инвестиционные расходы проекта**

Объем инвестиций по направлениям приведен в следующей таблице.

Направление инвестиций	Сумма, руб.
Финансирование оборотного капитала	** *** **
<b>ИТОГО:</b>	<b>** *** **</b>

**Таблица 13. Объем инвестиций по направлениям**

Как видно из приведенной выше таблицы, единственным направлением инвестиций в рамках рассматриваемого проекта является финансирование оборотного капитала.

Сумма оборотных средств, указанная в приведенной выше таблице, направляется на финансирование текущих расходов предприятия в период до выхода проекта на самоокупаемость.

Направление	ИТОГО	* кв.	* кв.	* кв.	* кв.	* кв.
Оборотные средства	** *** **	* *** **	* *** **	* *** **	* *** **	** *** **
<b>ИТОГО:</b>	<b>** *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>** *** **</b>
Направление	* кв.	* кв.	* кв.	* кв.	** кв.	** кв.
Оборотные средства	** *** **	** *** **	* *** **	* *** **	* *** **	* *** **
<b>ИТОГО:</b>	<b>** *** **</b>	<b>** *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>
Направление	** кв.	** кв.	** кв.	** кв.	** кв.	** кв. и след.
Оборотные средства	* *** **	* *** **	* *** **	* *** **	*** **	*
<b>ИТОГО:</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>*** **</b>	<b>*</b>

**Таблица 14. Календарный план осуществления инвестиций**

Как видно из приведенной выше таблицы, инвестиционный период проекта составляет \*\* кварталов. После окончания инвестиционного периода дополнительные вложения проекту не требуются, он финансирует себя сам.

## 4. Организация

### 4.1. Организационная структура

Управление проектом будет осуществляться компетентными управляющими, имеющими опыт в управлении аналогичными проектами.

Функции бухгалтерского учета выведены на аутсорсинг.

.....

### Диаграмма 7. Организационная структура

### 4.2. Штатное расписание

Штатное расписание приведено в следующей таблице.

.....

### Таблица 15. Штатное расписание

Подбор персонала осуществляется при использовании личного опыта организаторов проекта и связей, при необходимости, с использованием услуг агентств по подбору персонала.

### 4.3. Календарный план осуществления проекта

Календарный план осуществления проекта представлен в следующей таблице.

.....

### Таблица 16. План реализации проекта

## 5. Налоговое окружение

Ставки налогов приведены в следующей таблице.

Виды налогов	Ставка	База/Частота начисления
НДС	**%	Облагаемая НДС выручка/ежемесячно
Налог на прибыль	**%	Прибыль/Ежемесячно
Налог на имущество	*, **%	Имущество на балансе/Ежеквартально

### Таблица 17. Ставки налогов

## **6. Финансовый план**

### **6.1. Прогнозный отчет о движении средств**

**Прогнозный отчет о движении средств** см. *Таблица 18. Прогнозный отчет о движении денежных средств, руб.*

Как видно из представленной таблицы, .....

### **6.2. Прогнозный отчет о прибылях и убытках**

**Отчет о прибылях и убытках** см. ....

*Таблица 19. Прогнозный отчет о прибылях и убытках, руб.* Как видно из представленной таблицы, .....

### **6.3. Прогнозный баланс**

**Баланс** см. ....

*Таблица 20. Баланс, руб.*

Как видно из представленной таблицы, .....

**Таблица 18. Прогнозный отчет о движении денежных средств, руб.**

.....

**Таблица 19. Прогнозный отчет о прибылях и убытках, руб.**

.....

**Таблица 20. Баланс, руб.****7. Эффективность проекта****7.1. Финансовые показатели**

Показатели рентабельности проекта приведены в следующей таблице.

.....

**Таблица 21. Показатели рентабельности**

Как видно из приведенной выше таблицы, коэффициенты рентабельности с течением времени растут, достигая достаточно высоких значений.

**7.2. Анализ безубыточности**

Расчет уровня безубыточности представлен в следующей таблице.

Показатели	Среднее значение за период расчета	%	%
Средняя выручка, руб. в мес.	** *** **	* *** **	* *** **
<b>Средние расходы, руб. в мес.:</b>	<b>** *** **</b>	<b>* *** **</b>	<b>* *** **</b>
Средние постоянные расходы, руб. в мес.	* *** **	* *** **	* *** **
Средние переменные расходы, руб. в мес.	* *** **	*** **	*** **
<b>Средняя прибыль до налогов, руб. в мес.</b>	<b>** *** **</b>	<b>-*** **</b>	<b>*** **</b>

**Таблица 22. Расчет уровня безубыточности, руб.**

Как видно из приведенной выше таблицы, точка безубыточности лежит в промежутке между показателями, равными \*-% ежемесячных объемов продаж. Величина операционного рычага при этом составляет \*\*%.

.....

**Диаграмма 8. Точка безубыточности****7.3. Показатели экономической эффективности**

Основные параметры расчета параметров экономической эффективности проекта представлены в следующей таблице.

Показатели	Значения
Прогнозный период, мес.	***
Прогнозный период, лет	**
Постпрогнозный период, мес.	**
Постпрогнозный период, лет	*
Условия расчета	Постоянные цены
Ставка дисконта, %	**,%

**Таблица 23. Параметры расчета экономической эффективности**



Расчет ставки дисконта представлен в следующей таблице.

.....

**Таблица 24. Расчет ставки дисконта**

В следующей таблице приведены показатели экономической эффективности проекта.

Показатели	Единица измерения	Значения
Чистый Доход без учета дисконта (PV)	руб.	* *** ** *
ВНД (IRR), % в год.	%	** , *%
Чистый Дисконтированный Доход (NPV)	руб.	*** ** *
Чистый Дисконтированный Доход (NPV) с терминальной стоимостью (TV)	руб.	*** ** *
Срок окупаемости, мес.	мес.	**
Срок окупаемости с дисконтом, мес.	мес.	**
Индекс доходности инвестиций за период планирования		** , *

**Таблица 25. Показатели эффективности проекта**

Анализ прогнозных показателей экономической эффективности проекта свидетельствует о его инвестиционной привлекательности, о чем говорят следующие факторы.

- Положительное значение чистого дисконтированного дохода, составляющее \*\*\* млн. руб. без учета терминальной стоимости и \*\*\* млн. руб. с терминальной стоимостью.
- Высокое значение внутренней нормы доходности (ВНД) – \*\*%.
- Проект окупается в течение прогнозного периода. Простой срок окупаемости составляет \*\* мес., дисконтированный срок окупаемости равен \*\* мес.

## 8. Анализ рисков

### 8.1. Организационные и управленческие риски

Требуют особого внимания следующие виды рисков:

- Риск срыва сроков разработки продукта и выпуска релизов.
- Риск ошибок в подборе персонала.
- Риск высоких цен на реализуемую продукцию.

#### ***Риск срыва сроков разработки продукта и выпуска релизов***

Срыв сроков разработки продукта и выпуска релизов ведет к задержкам в реализации проекта. Для инвесторов проекта это означает неполучение планируемого дохода в установленные сроки.

**Меры по снижению (исключению) риска:** .....

**Вероятность возникновения** данного риска – ниже средней.

**Степень влияния** – средняя.

**Возможность управления риском** – частичная.

#### ***Риск ошибок в подборе персонала***

Недостаточная квалификация персонала может привести к некачественному выполнению функций, срыву планов продаж, убыткам, банкротству компании.

**Меры по снижению (исключению) риска:** .....т.

**Вероятность возникновения** данного риска – средняя.

**Степень влияния** – высокая.

**Возможность управления риском** – полная.

#### ***Риск высоких цен на реализуемые услуги***

Планируемые ставки подписки на производимое программное обеспечение установлены на уровне средних рыночных показателей. В этой связи возникновение рисков ситуации маловероятно.

**Меры по снижению (исключению) риска:** .....

**Вероятность возникновения** данного риска – ниже средней.

**Степень влияния** – высокая.

**Возможность управления риском** – частичная.

Количественная оценка рассматриваемого риска приведена в следующей таблице.

Показатели	**%	**%	**%	***%
Чистый дисконтированный доход, руб.	_* *** **	** *** **	** *** **	*** *** **
Срок окупаемости без дисконта, мес.	***	***	***	**

## **Таблица 26. Однопараметрический анализ чувствительности, уровень цен**

Как видно из приведенной выше таблицы, проект сохраняет окупаемость при снижении цен на \*\*%. При снижении цен на \*\*% чистый дисконтированный доход принимает отрицательное значение, проект становится экономически не эффективным. Тем не менее, и в этом случае проект окупается в прогнозном периоде.

Таким образом, устойчивость проекта к воздействию данного фактора риска можно оценить как высокую.

### **8.2. Финансовые риски**

К финансовым рискам проекта относятся следующие риски:

- Риск неплатежей.
- Риск недостатка финансирования проекта.

#### ***Риск неплатежей***

Негативное влияние данного вида риска проявляется в недостатке средств у предприятия, снижении прибыли.

**Меры по снижению (исключению) риска:** .....

**Вероятность возникновения** данного риска – низкая.

#### ***Риск недостатка финансирования проекта***

Негативное влияние данного вида риска проявляется в отсутствии возможности осуществить или закончить реализацию проекта по причине отсутствия финансовых средств

**Меры по снижению (исключению) риска:** .....

**Вероятность возникновения** данного риска – ниже средней.

**Возможность управления риском** – частичная.

### **8.3. Экономические риски**

#### ***Риск существенного изменения в системе налогообложения***

Значительные изменения в системе налогообложения, увеличение ставок налогов, порядка исчисления и уплаты налогов способны оказывать серьезное негативное влияние на рассматриваемый проект.

**Меры по снижению (исключению) риска:** .....т.

**Вероятность возникновения** данного риска – ниже средней.

**Степень влияния** – высокая.

**Возможность управления риском** – нет.

**9. Приложение. Список ключевых клиентов**

.....

**Таблица 27. Список ключевых клиентов**

**10. Приложение. Предложение услуг по хостингу**

На следующих диаграммах приведены скриншоты с сайта .....

.....

.....

**Диаграмма 9. Хостинг репозиториев системы ....., на \* стандартный пакет**