

КОНКУРСНА ПРОПОЗИЦІЯ

(БІЗНЕС-ПЛАН)

до участі у конкурсі на посаду директора Комунального підприємства виконавчого органу Київської міської ради
(Київської міської державної адміністрації)
«Київський міський туристично-інформаційний центр»

Кандидата на посаду директора КП «КМ ТІЦ»
Мельнікова Максима Олександровича

К И Ї В – 2 0 1 7

Зміст

1. РЕЗЮМЕ	3
2. МЕТА ТА АКТУЛЬНІСТЬ ПРОЕКТУ	3
2.1. КОРОТКИЙ ОПИС ПРОЕКТУ	3
2.2. МЕТА ПРОЕКТУ ТА ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ	3
3. ХАРАКТЕРИСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА	5
3.1. СТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВА	5
4. ВИРОБНИЧІЙ ПЛАН	5
4.1. ВІДДІЛ ОРГАНІЗАЦІЇ МАСОВИХ ЗАХОДІВ	5
4.2. ВІДДІЛ ДИСКОНТНИХ КАРТОК KYIV PASS	6
4.3. ВІДДІЛ РЕКЛАМИ	6
4.4. ВІДДІЛ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУПРОВОДЖЕННЯ	7
4.5. БУХГАЛТЕРІЯ	7
4.6. ТЕХНІЧНИЙ ВІДДІЛ	7
5. МЕНЕДЖМЕНТ	8
5.1. ПЕРСОНАЛ ТА ФОНД ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ	8
6. ФІНАНСОВИЙ ПЛАН	9
6.1. ВИХІДНІ ДАННІ ТА ПРИПУЩЕННЯ	9
6.2. РОЗРАХУНОК ПОСТІЙНИХ ТА ЗМІННИХ ВИТРАТ	10
6.3. ГРАФІК ФІНАНСОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ТА РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ	11
6.4. ОЦІНКА ПРОЕКТУ ТА ЙОГО ЕФЕКТИВНІСТЬ.	14
6.5. ПРОГНОЗУВАННЯ МОЖЛИВИХ РИЗИКІВ	17
7. ВИСНОВКИ	18

1. РЕЗЮМЕ

Даний бізнес-план є проектом комплексної модернізації комунального підприємства «Київський міський туристично-інформаційний центр». У ньому наведені та економічно обґрунтовані нові напрямки діяльності підприємства та внесені пропозиції щодо більш ефективного використання наявних ресурсів. Також проектом описано шляхи погашення наявних заборгованостей підприємства та виходу його на позитивний фінансовий рівень.

Даний бізнес-план розглядає перший рік роботи підприємства.

Бізнес-план не є повною програмою роботи підприємства, в якій багато напрямків роботи інформативні, але не прибуткові. Це антикризовий план щодо виходу підприємства з боргів, в якому заходи сплановані для досягнення саме цієї мети.

2. МЕТА ТА АКТУЛЬНІСТЬ ПРОЕКТУ

2.1. КОРОТКИЙ ОПИС ПРОЕКТУ

Модернізований «Київський міський туристично-інформаційний центр» буде мати три структурних відділів, які дозволять ефективно працювати в усіх передбачених напрямках діяльності.

Загальна кількість персоналу підприємства – 10 чоловік.

Місце розташування підприємства - м. Київ, вул. Кіквідзе, 21

Вихід підприємства на прибутковий рівень – 3-й місяць роботи.

Повне погашення всіх заборгованостей – 11-й місяць роботи.

Сильні сторони проекту:

- наявність зайвих приміщень, що можуть надати додаткове джерело фінансових надходжень;
- наявність доступу до мережі павільйонів ТЦ (по інвестиційному договору з ТОВ «Юніверсум 2000»), що дозволить організувати продаж сувенірної та туристично-інформаційної продукції;
- повна підтримка міської влади (як дозвільна так і інформаційна);
- наявність готового та зареєстрованого бренда-логотипа "Kyiv" (є можливість продажу авторських прав на його використання).

2.2. МЕТА ПРОЕКТУ ТА ШЛЯХИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Мета проекту:

1. Поновити та вивести на новий рівень діяльність «Київського міського туристично-інформаційного центру»;
2. Погасити наявні заборгованості та зробити підприємство прибутковим;
3. Розвинути корисні та сучасні напрямки діяльності підприємства;
4. Створити нові робочі місця;

5. Покращити показники надходжень до міського та державного бюджету.

Основні шляхи реалізації:

1. Створити дієву та ефективну команду спеціалістів, що зможуть досягти поставлених завдань.
2. Організація масових заходів (ярмарки, фестивалі, виставки, благодійні аукціони, святкові заходи) та отримувати з цього дохід.
3. Використати наявний бренд-логотип "Kyiv", самостійно просувати його за допомогою власних інформаційних ресурсів та отримувати дохід з продажу прав на його використання іншим комерційним структурам.
4. Створити відділ супроводження та реалізації дисконтних карток Kyiv Pass (що дають знижку при купівлі білетів до музеїв, виставок, дозволяють безкоштовний проїзд в міському транспорті тощо).
5. Розробити функціональні та інформаційно наповнені 2 web-ресурси «Туристичний портал Києва» та «Сайт Kyiv Pass», які дозволять надавати корисні та необхідні інформаційні послуги для киян і гостей міста (як приклад слід розглядати інформаційно-туристичні портали європейських міст, що користуються великою популярністю Відень, Париж, Рим тощо) та отримувати прибуток з продажу реклами та платних інформаційних сервісів.
6. Використати вже наявні ресурси, які має підприємство, для цілей фінансування його роботи. Це задача в оренду підвального приміщення (площею 236 м.кв, що знаходиться в м. Київ, вул. Кіквідзе, 21), яке на даний час не використовується.
7. Організувати продаж сувенірної продукції та туристичних атласів Києва в мережі павільйонів (така можливість є завдяки інвестиційному договору з ТОВ «Юніверсум 2000»), що також принесе додаткові надходження;
8. Запровадити інформаційно-консультативну допомогу в туристично-інформаційних центрах в аеропорту, на залізничному вокзалі та центральній частині міста;
9. Після виходу комунального підприємства із заборгованості, отримати акредитацію для надання послуг у сфері державної реєстрації речових прав на нерухоме майно та державної реєстрації бізнесу.

Довідково: фінансове забезпечення акредитованих суб'єктів здійснюється за рахунок 60 відсотків коштів адміністративного збору, що залишається у акредитованих суб'єктів, які здійснили державну реєстрацію прав.

3. ХАРАКТЕРИСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. СТРУКТУРА ПІДПРИЄМСТВА

Керівником підприємства є Директор, який безпосередньо координує і контролює всі три відділи:

- адміністрація;
- відділ реклами та культурно-туристичної діяльності;
- відділ інформаційного супроводження.

Персонал відділів більш детально описаний в розділі 5 Менеджмент.

Схема 1. Схематична структура компанії



4. ВИРОБНИЧИЙ ПЛАН

4.1. ВІДДІЛ РЕКЛАМИ ТА КУЛЬТУРНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Відділ реклами та культурно-туристичної діяльності є важливим в плані формування фінансових надходжень підприємства.

4.1.1. Головним завданням підрозділу з реклами є продаж рекламних площ на сайті. Також до завдань цього відділу входить розробка та

виробництво власної реклами (заповнення нею не зайнятих рекламних площ).

Алгоритм роботи:

1. Пошук клієнтів (шляхом власної реклами, електронної розсилки, обдзвону), що готові до співпраці по розміщенню реклами на сайті;
2. Погодження з клієнтом макету реклами (який або надається клієнтом самостійно або виготовляється штатним дизайнером-редактором);
3. Приймання оплати за розміщення реклами;
4. Розміщення реклами на сайті;
5. Контроль терміну розміщення реклами;
6. Внесення пропозиції клієнту про продовження розміщення його реклами, за 3-5 днів до закінчення терміну розміщення реклами;
7. Повторне розміщення реклами (у разі згоди клієнта) або зняття реклами по закінченню терміну розміщення.

4.1.2. До основних завдань підрозділу з організації масових заходів входить:

- підготовка дозвільної документації для проведення заходів;
- забезпечення належного проведення ярмарок, виставок, свят тощо;
- контроль фінансових надходжень пов'язаних з проведенням заходів.

Підрозділ може організовувати до двох заходів на місяць.

Алгоритм роботи №1:

1. Створення календаря масових заходів, туристичних і культурних подій Києва на сайті підприємства
2. Пошук компаній-організаторів, що працюють у сфері організації масових заходів. Інформування їх про можливість організації масових заходів через «Київський міський туристично-інформаційний центр»
3. Отримання дозвільної документації від КМДА на проведення масових заходів
4. Прийняття заявок на проведення ярмарок, виставок, свят тощо;
5. Відбір заявок на проведення масових заходів, що відповідають критеріям СанПН, нормам протипожежної безпеки, графіку заходів КМДА;
6. Сплата компанією-організатором права на проведення ярмарки або подібного заходу;
7. Контроль за проведенням масових заходів.

Алгоритм роботи №2:

1. Вибір тематики масового заходу, часу та місця його проведення;
2. Створення календаря туристичних і культурних подій Києва на сайті підприємства;
3. Отримання дозвільної документації від КМДА на проведення масового заходу;

4. Пошук учасників заходу (шляхом власної реклами, електронної розсилки, обдзвону);
5. Прийняття заявок на участь в ярмарці, виставці, святі;
6. Сплата учасниками місця на заході;
7. Організація заходу та контроль за його проведенням.

4.1.3. Основними завданнями підрозділу з породжу дисконтних карт визначено: дисконтна картка Kyiv Pass – це унікальний продукт, що дає можливість його користувачу зручно поєднувати проїзний у громадському транспорті та картку на знижки у музеях, виставках і інших передбачених заходах. Реалізовуватися картки Kyiv Pass можуть у мережі павільйонів ТІЦ (по інвестиційному договору з ТОВ «Юніверсум 2000») та інших партнерських структурах.

Виробництво 1 картки (при тиражі у місяць 200-500 штук) буде обходитися не більше 8 гривень. Частка коштів підприємства (враховуючи повернення частини коштів транспортним структурам, що здійснюють перевезення власників карток) буде становити 80 гривень.

4.1.4 Основним завданням технічного працівника є:

- розміщення реклами;
- підтримка діяльності відділу організації ярмарок;
- виконання інших допоміжних функцій в роботі підприємства.

4.2. ВІДДІЛ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУПРОВОДЖЕННЯ

Відділ інформаційного супроводження відповідає за: наповнення сайтів необхідною інформацією і її оновлення; технічну роботу веб-ресурсів; PR-частиною діяльності компанії, роботою з ЗМІ, підготуванням власних рекламних матеріалів (пресс-релізів, пост-релізів, фотозвіти тощо)

Алгоритм роботи:

1. Наповнення сайту необхідною інформацією та сервісами;
2. Оновлення інформації на сайті;
3. Щоденна робота з просування та популяризації веб-ресурсів;
4. Робота з ЗМІ, підготуванням власних рекламних матеріалів.

4.3 АДМІНІСТРАЦІЯ

До адміністрації відноситься головний бухгалтер, який проводить бухгалтерське супроводження діяльності підприємства.

5 МЕНЕДЖМЕНТ

5.1. ПЕРСОНАЛ ТА ФОНД ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ

Для ефективної роботи підприємства необхідний наступний персонал:

1. Директор (заробітна плата – 7571 грн)
2. Головний бухгалтер (заробітна плата – 6760 грн)
3. Менеджер з продажу реклами (заробітна плата – 6084 грн)
4. Спеціаліст з туризму (заробітна плата – 5137 грн)
5. Спеціаліст з організації ярмарок (заробітна плата – 5137 грн)
6. Технічний робітник (заробітна плата – 3326 грн)
7. Контент-менеджер (заробітна плата – 6084 грн)
8. Спеціаліст по роботі з ЗМІ (заробітна плата – 5137 грн)
9. Дизайнер-редактор (робота на аутсорсингу – 5137 грн)
10. Програміст (робота на аутсорсингу – 5137 грн)

Соціальні відрахування та податки встановлені законодавством України на рівні 22% від заробітної плати.

Розрахунковий рівень зарплат наведений у таблиці

Таблиця 1. Фонд заробітної плати

Співробітник	Кількість співробітників	З/п, грн	Фонд з/п, грн	ЄСВ, грн	Всього, грн
Директор	1	7571	7 571	1 665	9 236
Головний бухгалтер	1	6 760	6 760	1 487	8 247
Менеджер з реклами	1	6 084	6 084	1 338	7 422
Спеціаліст з туризму	1	5 137	5 137	1 130	6 267
Спеціаліст з організації ярмарок	1	5 137	5 137	1 130	6 267
Технічний робітник	1	3 326	3 326	732	4 058
Контент-менеджер	1	6 084	6 084	1 338	7 422
Спеціаліст по роботі з ЗМІ	1	5 137	5 137	1 130	6 267
Дизайнер-редактор	1	5 137	5 137		5 137
Програміст	1	5 137	5 137		5 137
Всього	10	-	55 510	9 950	65 460

Також у розрахунку витрат підприємства передбачений «фонд стимулювання персоналу» (до 5550 гривень в разі досягнення планового рівня доходів підприємства).

6 ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

6.1. ВИХІДНІ ДАННІ ТА ПРИПУЩЕННЯ

Для визначення обґрунтованих та конкурентоспроможних цін, що будуть встановлюватися на послуги реклами, організації ярмарок, оренди приміщення був проведений аналіз ринку відповідних послуг.

Дохід від масових заходів вираховується виходячи з припущення, що в кожній з ярмарок, виставок тощо, приймає участь щонайменше 20 учасників. Базова ціна участі у заході буде встановлена на рівні 500 гривень з кожного учасника. У разі проведення заходу компанією-організатором – вона сплачуватиме єдиний внесок у розмірі 10 тис. грн. Перші чотири місяці передбачено проведення щонайменше 1 заходу на місяць, надалі 2 заходи на місяць.

Орендна плата за приміщення площею 236 м.кв, що знаходиться в м. Київ, вул. Кіквідзе, 21, яке буде надаватися в довгострокову оренду сторонній організації, складатиме 11 800 грн на місяць (враховуючи стан приміщення та його розташування приймаємо ставку на рівні 50 грн/м.кв).

Дохід від реклами та платних сервісів на сайтах передбачено довести до рівня 40 тис. грн починаючи з 7-го місяця роботи.

Також передбачається видавництво «Туристичного Атласу Києва», який має розповсюджуватися через мережу павільйонів ТІЦ. Розрахунки витрат та доходу наведені у пункті 7.3

Дохід під продажу карток Kyiv Pass планується довести до рівня 32000 гривень (при плановому продажі 400 штук щомісячно).

Певний дохід буде отримуватися також від продажу сувенірної продукції та інформаційних товарів (мапи, календарі тощо).

Таблиця 2. Щомісячні надходження

Доходи	
Кількість зданих рекламних поверхонь	35
Дохід від продажу зовнішньої реклами	56000
Кількість проведених масових заходів	2
Дохід від ярмарок	20000
Дохід від оренди приміщення	11800
Дохід від реклами на сайтах	40000
Дохід від продажу туристичного Атласу Києва	3000
Кількість проданих карт Kyiv Pass	400
Дохід від продажу карток Kyiv Pass	32000
Дохід від продажу права використання бренду Kyiv	2000
Дохід від продажу сувенірної продукції	2000
ВСІ ДОХОДИ, грн	166800

6.2. РОЗРАХУНОК ПОСТІЙНИХ ТА ЗМІННИХ ВИТРАТ

Таблиця 3. Постійні та змінні витрати

Умовно постійні витрати	
Комунальні платежі	1600
Фонд заробітної плати та соц.вiдрах	65460
Канцтовари та офісні витратні матеріали	1000
Всього постійних витрат, грн	68060
Умовно змінні витрати	
Власна реклама	4000
Фонд стимулювання персоналу	5550
Транспортні витрати	1200
Витрати пов'язані з виробництвом сувенірної продукції	1400
Витрати пов'язані з технічною підтримкою сайтів	1200
Витрати на друк туристичного Атласу Києва	6000
Витрати на виготовлення карток Kyiv Pass	4000
Витрати пов'язані з проведенням ярмарок	2000
Всього змінних витрат, грн	25350
ВСІ ВИТРАТИ, грн	93410

6.3. ГРАФІК ФІНАНСОВИХ НАДХОДЖЕНЬ ТА РУХУ ГРОШОВИХ КОШТІВ

Таблиця 4. Рух коштів

Показник	На початок розрахунку	Місяць												Всього
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Умовно постійні витрати														
Комунальні платежі		1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	1600	19200
Фонд заробітної плати та соц.відрах		65460	65460	65460	65460	65460	65460	65460	65460	65460	65460	65460	65460	785520
Канцтовари та офісні витратні матеріали		1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Всього постійних витрат, грн.		68060	68060	68060	68060	68060	68060	68060	68060	68060	68060	68060	68060	816720
Умовно змінні витрати														
Власна реклама		2000	2000	2000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	42000
Фонд стимулювання персоналу		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5550	5550
Транспортні витрати		200	400	600	800	1000	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	11400
Витрати пов'язані з виробництвом сувенірної продукції		700	700	700	700	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	1400	14000
Витрати пов'язані з технічною підтримкою сайтів		1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	1200	14400
Витрати на друк туристичного Атласу Києва		6000	0	0	6000	0	0	6000	0	0	6000	0	0	24000
Витрати на виготовлення карток Kyiv Pass		1600	1600	1600	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	40800
Витрати пов'язані з проведенням ярмарок		1000	1000	1000	1000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	20000
Всього змінних витрат, грн.		12700	6900	7100	17700	13600	13800	19800	13800	13800	19800	13800	19350	172150
ВСЬОГО ВИТРАТИ, грн.		80760	74960	75160	85760	81660	81860	87860	81860	81860	87860	81860	87410	988870

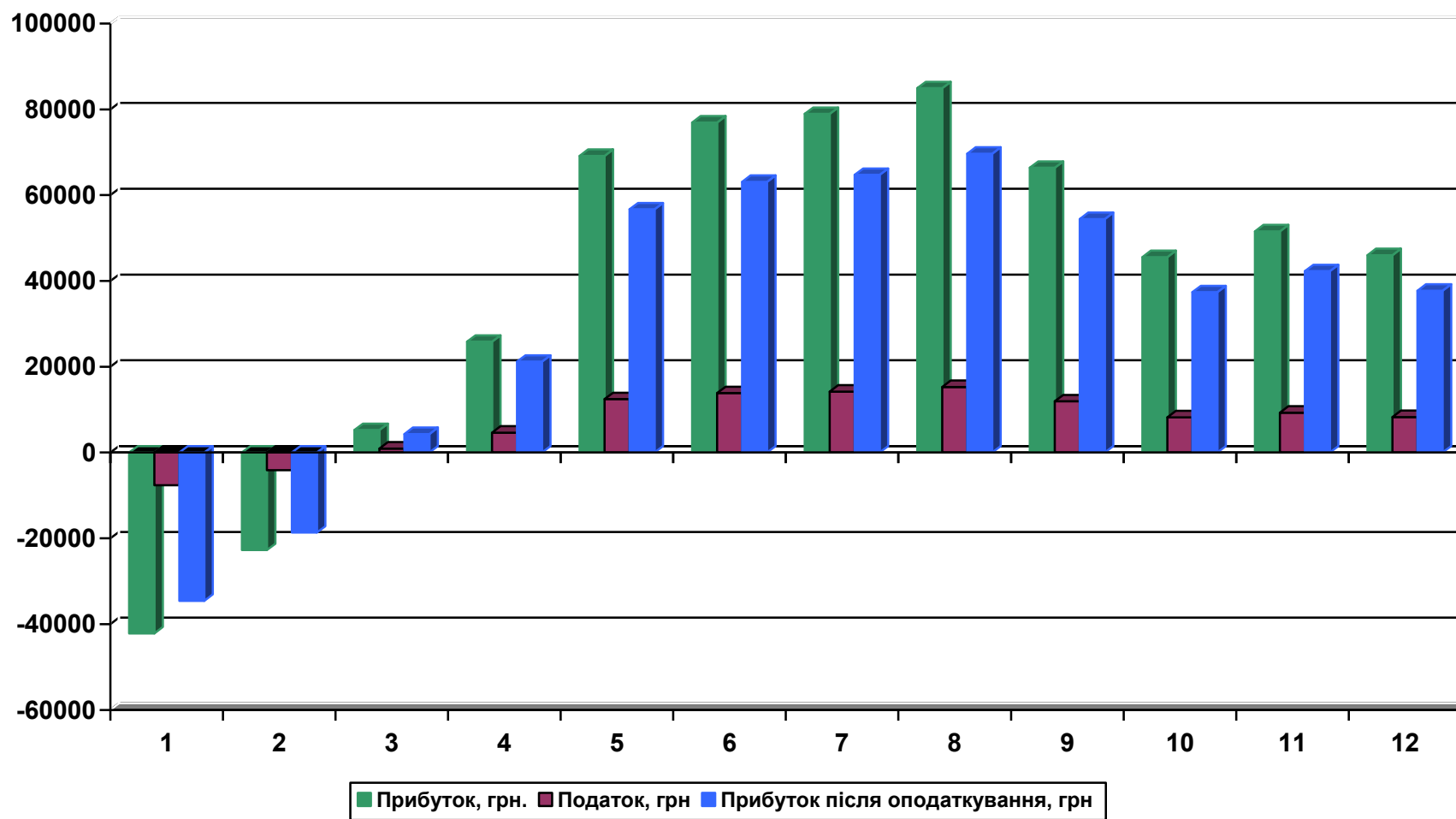
Показник		Місяць												Всього
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Доходи														
Кількість зданих рекламних поверхонь		7	14	21	28	35	35	35	35	35	35	35	35	
Дохід від продажу зовнішньої реклами		11200	22400	33600	44800	56000	56000	56000	56000	56000	56000	56000	56000	560000
Кількість проведених масових заходів		1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	
Дохід від ярмарок		10000	10000	10000	10000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	200000
Дохід від оренди приміщення		11800	11800	11800	11800	11800	11800	11800	11800	11800	11800	11800	11800	141600
Дохід від реклами на сайтах		0	0	8000	16000	24000	32000	40000	40000	40000	40000	40000	40000	320000
Дохід від продажу туристичного Атласу Києва		3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	36000
Кількість проданих карт Kyiv Pass		20	50	150	300	400	400	400	400	400	400	400	400	3720
Дохід від продажу карток Kyiv Pass		1600	4000	12000	24000	32000	32000	32000	32000	32000	32000	32000	32000	297600
Дохід від продажу права використ бренд Kyiv		0	0	1000	1000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	18000
Дохід від продажу сувенірної продукції		1000	1000	1000	1000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	20000
ВСЬОГО ДОХОДИ, грн.		38600	52200	80400	111600	150800	158800	166800	166800	166800	166800	166800	166800	1593200
ПДВ										18560	33360	33360	33360	118640
ЧИСТИЙ ДОХІД		38600	52200	80400	111600	150800	158800	166800	166800	148240	133440	133440	133440	1474560

Показник		Місяць												Всього
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Прибуток, грн.		-42 160	-22 760	5 240	25 840	69 140	76 940	78 940	84 940	66 380	45 580	51 580	46 030	485 690
Податок, грн.		-7588,8	-4096,8	943,2	4651,2	12445,2	13849,2	14209,2	15289,2	11948,4	8204,4	9284,4	8285,4	87 424
Прибуток після оподаткування, грн		-34 571	-18 663	4 297	21 189	56 695	63 091	64 731	69 651	54 432	37 376	42 296	37 745	398 266
Консолідована сума, грн		-34 571	-53 234	-48 938	-27 749	28 946	92 037	156 768	226 418	280 850	318 226	360 521	398 266	
Баланс рахунку , грн.	-293042	-327 613	-346 276	-341 980	-320 791	-264 096	-201 005	-136 274	-66 624	-12 192	25 184	67 479	105 224	

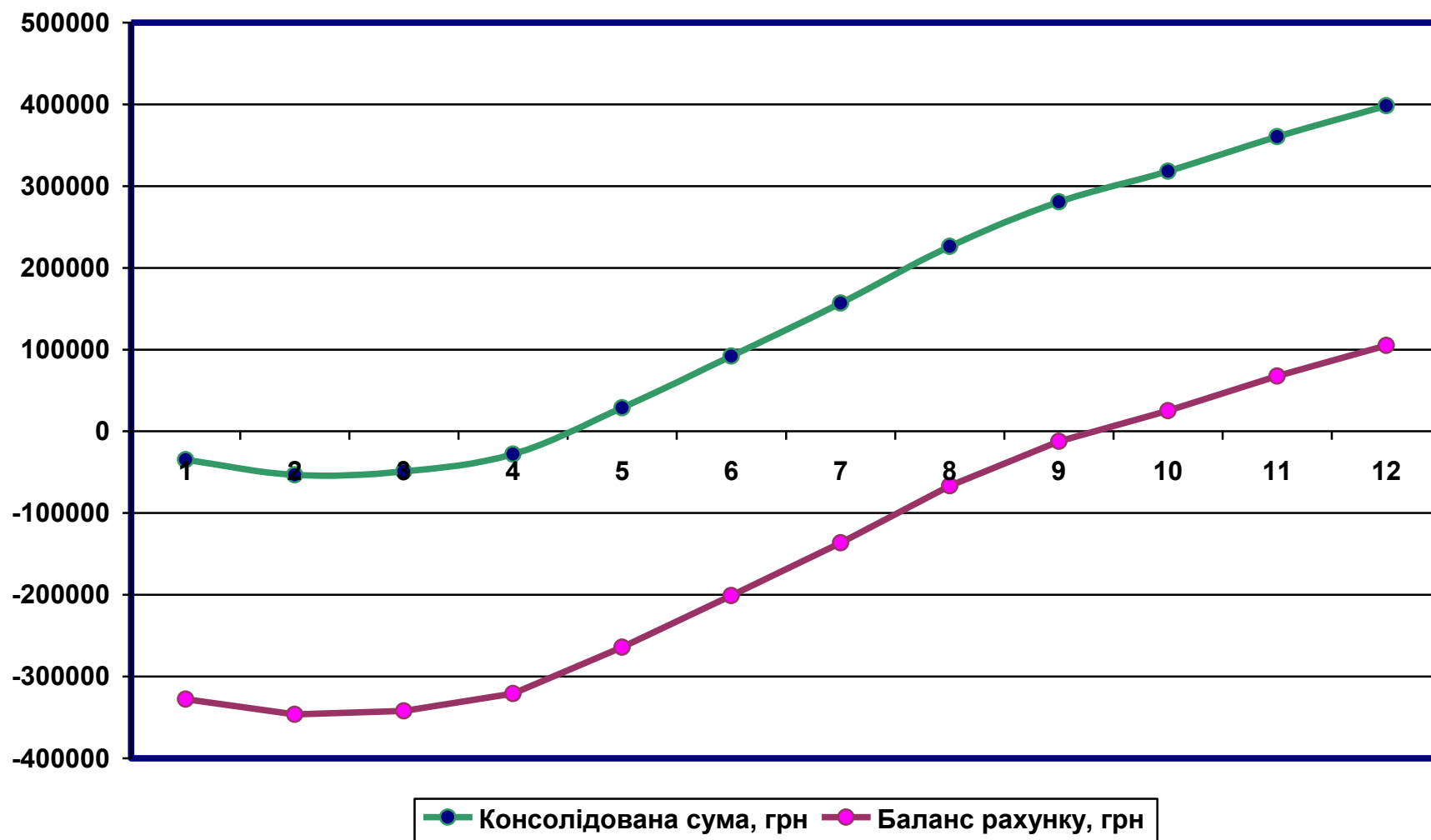
$$NPV = \sum \frac{CF_t}{(1+r)^{t-1}} - Investments$$

0 грн. -29 803 -13 870 2 753 11 702 26 993 25 895 22 904 21 245 14 313 8 472 8 265 6 359 105 229

Графік 1. Прибутки та податкові відрахування



Графік 2. Отримання прибутку та погашення заборгованості



6.4. ОЦІНКА ПРОЕКТУ ТА ЙОГО ЕФЕКТИВНІСТЬ.

Оцінка ефективності фінансової моделі, що лежить в основі цього бізнес-плану, а також здатність підприємства генерувати прибуток оцінена в відповідності з міжнародною практикою по основних показниках, серед яких:

- чиста поточна вартість проекту (NPV),
- внутрішня норма рентабельності (IRR)
- період окупності (PB)

Дисконтований період окупності проекту

Дисконтований період окупності (DPB) розраховується аналогічно простому періоду окупності (PB), однак при підсумовуванні чистого грошового потоку проводиться його дисконтування.

розрахунок показника

$$Investment = \sum_{t=1}^{DPB} \frac{CF_t}{(1+r)^{t-1}}$$

de Investments - початкові інвестиції проекту;

CF_t - чистий грошовий потік місяця t;

r - місячна ставка дисконтування;

DPB - дисконтований період окупності.

Для того, щоб проект міг бути прийнятий для фінансування, необхідно, щоб дисконтований термін окупності був менше тривалості проекту.

Чистий приведений дохід проекту (поточна вартість проекту)

Показник чистого приведенного доходу (NPV) являє абсолютну величину доходу від реалізації проекту з урахуванням очікуваної зміни вартості грошей. Обов'язковою умовою реалізації проекту є не від'ємне значення NPV.

Розрахунок показника:

$$NPV = \sum \frac{CF_t}{(1+r)^{t-1}} - Investments$$

de Investments - початкові інвестиції;

CF_t - чистий грошовий потік періоду *t*;

r - ставка дисконтування

NPV - чистий наведений дохід.

Індекс прибутковості проекту

Показник індексу прибутковості (*PI*) демонструє відносну величину прибутковості проекту. Він визначає суму прибутку на одиницю інвестиційних коштів. Обов'язкові умови реалізації проекту - індекс прибутковості повинен бути більше 1.

Розрахунок показника:

$$PI = \frac{\sum \frac{CF_t}{(1+r)^{t-1}}}{Investments}$$

de Investments - початкові інвестиції;

CF_t - чистий грошовий потік місяця *t*;

r - місячна ставка дисконтування;

PI - індекс прибутковості.

Внутрішня норма рентабельності проекту

Проект вважається прийнятним, якщо розраховане значення *IRR* не нижче необхідної норми рентабельності, яка визначається інвестиційною політикою компанії.

Розрахунок показника:

$$\sum \frac{CF_t}{(1+IRR)^{t-1}} - Investments = 0$$

de Investments - початкові інвестиції;

CF_t - чистий грошовий потік місяця *t*;

IRR - внутрішня норма рентабельності.

Таблиця 5. Основні показники проекту

<i>ставка дисконту</i>		<i>16%</i>	
Період	Грошовий потік	Коефіцієнт дисконту	NPV
1й рік	398 266	0,862	105229
			105229

Таблиця 6. Фінансові показники проекту

Дисконтований період окупності (Discount payback period) -DPP	<i>місяців</i>	10
Проектний період (Project period) -PP	<i>місяців</i>	12
Внутрішня норма рентабельності (IRR)	<i>%</i>	35
чиста поточна вартість проекту (NPV),	<i>грн</i>	105229

6.5. ПРОГНОЗУВАННЯ МОЖЛИВИХ РИЗИКІВ

Всі ризики умовно можна поділити на 2 групи:

Технічні

№	Ризик	Оцінка вірогідності	Дія для мінімізації ризику
1	Технічне пошкодження рекламних конструкцій, приміщення, що орендується тощо	Низька	Контроль за станом майна. Страхування майна
2	Форс-мажорні обставини	Низька	Своєчасне реагування на ситуацію. Страхування майна

Економічні

№	Ризик	Оцінка вірогідності	Дія для мінімізації ризику
1	Різде погіршення економічної ситуації в країні	Середня	Моніторинг ринку рекламних послуг. Зміна цінової політики компанії
2	Поява нових, дешевих та значно ефективніших способів реклами	Низька	Моніторинг ринку рекламних послуг. Зміна цінової політики компанії

7. ВИСНОВКИ

Проект модернізації комунального підприємства «Київський міський туристично-інформаційний центр» має хороші показники рентабельності та стабільності. Наявні заборгованості можуть бути повністю погашені за 10 місяць роботи підприємства. Чистий щомісячний прибуток може складати понад 37,7 тисяч гривень починаючи з 12-го місяця.

Завдяки реалізації проекту може бути створено 10 нових робочих місць.

Податкові надходження від роботи підприємства до міського та державного бюджетів можуть сягати понад 205 тисяч гривень.