Бизнес-план по строительству крематория в городе Хабаровске

Содержание

I. Цель работы (резюме)

II. Описание проекта

1. Технология кремации

2. Генеральный план

3. Архитектурно-строительные решения

4. Место расположения крематория

III. План маркетинга

1. Обоснование выбора

2. Оценка рынка сбыта услуг (спрос)

3. Конкуренция на рынке сбыта

4. Реклама

IV. Правовое обеспечение деятельности

1. Основные положения об акционерном обществе

2. Закрытое акционерное общество

V. Кадровый менеджмент

1. Организационная структура предприятия

2. Уровень оплаты труда персонала

VI. Финансовый план

Приложение к бизнес-плану

VII. Заключение

Список литературы

**I. Цель работы (резюме)**

Цель бизнес-плана - это обоснование вложения временно свободных финансовых средств акционеров в строительство и развитие крематория.

Причиной для написания бизнес-плана послужила давно назревшая необходимость создания крематория в г. Хабаровске с желанием людей (акционеров) и наличием у них финансовых средств. Крематорий будет являться закрытым акционерным обществом (ЗАО) . В число учредителей крематория войдут ЗАО Страховая компания “Колымская” , ЗАО Ритуальное агенство “Земля и люди” , а также ряд физических лиц. Уставной капитал предприятия составит сумма 3 000 000 000 рублей.

Срок окупаемости объекта 4 года.

Примечание: Все цены указаны в старом исчислении, т.е. в неденоминированных рублях.

**II. Описание проекта**

Крематорий (от латинского cremo - сжигать) представляет собой особо оборудованное здание, предназначенное для кремации (сжигания) умерших.

В данном проекте представлены основные решения по проектированию и строительству крематория для города с населением до 0,7 - 1,5 млн. человек.

Комплекс крематория состоит из двух зданий, соединенных между собой галереей.

В одном из зданий размещается зал прощаний (траурный зал) , где происходит прощание близких с умершим.

В другом зале располагается кремационный зал, где тело умершего подвергается сожжению (кремации) . Оба здания крематория, а также галерея выполняются в легких металлических конструкциях, изготовляемых для европейской части России на заводах металлоконструкций Санкт-Петербурга и Москвы, а при строительстве крематория в г.  Хабаровске заказ можно будет разместить на хабаровских заводах металлоконструкций и алюминиевых конструкций, что положительно повлияет на снижение уровня безработицы в г.  Хабаровске.

Возведение комплекса зданий из готовых элементов позволяет сократить время на его сооружение и уменьшить объемы капитальных затрат.

Гибкое проектное решение по размещению комплекса крематория в двух зданиях позволяет - по усмотрению заказчика - осуществить, например, строительство лишь здания кремационного зала, а зал прощаний разместить в существующем в городе общественном здании.

В кремационном зале предусматривается установка печей модели ГКП-01 конструкции Санкт-Петербургского отделения АО “Теплопроект” . Эти печи на протяжении последних лет стабильно, без срывов в работе функционируют в Санкт-Петербургском крематории.

Расположение комплекса крематория возможно на специально отведенной площадке, как в черте города, так и на территории, примыкающей к городу.

Допускается размещение комплекса крематория на территории существующего городского кладбища, с организацией колумбария.

Данный проект содержит основные проектные решения по следующим разделам: - технология кремации; - решения по генплану; - архитектурно-строительные решения; - решения по теплоснабжению; - решения по отоплению и вентиляции; - решения по водопроводу и канализации; - решения по электроснабжению; - решения по газоснабжению; - решения по связи и сигнализации; - сметная стоимость.

1) Технология кремации Из ритуального корпуса объект кремации, установленный на ручную передаточную тележку, передается по крытой транспортной галерее в технический корпус, в кремационный зал.

Накопление перед кремацией осуществляется непосредственно в кремационном зале, и по мере освобождения печей объект кремации перемещается на печной участок, где подается к загрузочному окну, после чего с помощью ручной тележки перегружается на подину кремационной печи.

После кремации продукты сгорания собираются в специальный контейнер, устанавливаемый в окне выгрузки, а затем подаются на участок измельчения.

После дробления продукты сгорания пересыпаются в урну, которая хранится в техническом корпусе, а затем окончательно оформляется и передаётся в ритуальный корпус, где выдаётся заказчику.

Время одной кремации 60-70 минут. Приходящийся на одну печь расход природного газа составляет 25 м 3 /час.

Отходящие от печи газы, которые отводятся через дымовую трубу, установленную над печью, содержат следующие выбросы загрязняющих веществ: - взвешенные вещества - 0,051771 мг/куб. м - оксид углерода - 0,09256 мг/куб. м - диоксид азота - 0,019734 мг/куб. м - диоксид серы - 0,00047 мг/куб. м Ввиду того, что выбросы по всему перечню компонентов значительно меньше предельно допустимых концентраций (ПДК) , очистка выбросов не предусматривается. Существенным преимуществом принятых в комплексе крематория печей являются: - значительно меньшая стоимость по сравнению с аналогичными импортными печами; - сравнительно малый объем строительно-монтажных работ по сооружению фундаментальной подушки, монтажу дымовой трубы и подключению печи к источникам энергоснабжения; - низкие затраты на ремонт печей, обусловленные применением отечественных материалов и комплектующего оборудования.

2) Генеральный план Комплекс крематория включает в себя: - ритуальный корпус, - технический корпус, - галерею, - стоянку для автомашин.

Расположение зданий и автодорог по схеме генерального плана выполнено в соответствии с действующими строительными и противопожарными нормами, а также в соответствии с требованиями рационального использования площади участка.

Территория комплекса ограничена ограждением. Свободные от застройки участки территории подлежат благоустройству. Предусмотрены - плиточное тротуарное покрытие, скамьи, газоны, цветники, посадка древесно-кустарниковых пород.

3) Архитектурно - строительные решения Комплекс крематория представляет собой два строительных блока из легких конструкций, соединенных проходной галереей, решенной в аналогичных конструкциях.

Решение с применением легких металлических конструкций позволяет возводить комплекс зданий из готовых элементов в короткие сроки.

Здание зала прощаний (ритуальный корпус) может быть выполнено в капитальных конструкциях (кирпиче) , что, однако, приведет к увеличению капиталовложений и сроков строительства.

Ритуальный корпус включает в себя зал прощаний, вестибюль, медпункт, узел связи, административные помещения.

В состав другого здания (технического корпуса) входят кремационный зал, бытовые, подсобные и технические помещения.

Оба здания представляют собой одноэтажные каркасные корпуса.

Стены здания предусматриваются из трехслойных стальных оцинкованных панелей заводского изготовления с эффективным утеплителем.

Место расположения крематория

Оптимальное место для размещения крематория является питомник Лукашова в районе дома культуры глухонемых. Это место выбрано далеко не случайно. Рядом находятся улицы Д. Бедного, Лукашова и другие. Здесь очень развита инфраструктура - вблизи находится детская железная дорога; парк; дороги; кладбище; проложены сети теплоснабжения, отопления, вентиляции, водопровода, канализации, электроснабжения, газоснабжения; без особых сложностей осуществляется телефонизация (от местной цифровой электронной офисной АТС (мини-АТС) , имеющей выход на городскую телефонную сеть) , радиофикация (от городской радиотрансляционной сети) , местная звукофикация (осуществляется от стационарного звукоусилительного комплекса мощностью до 100 Вт, а в зале прощания устанавливаются две звуковые колонки мощностью до 5 Вт) , охранно-пожарной сигнализацией (устанавливаются пожарные извещатели автоматического действия, реагирующие на тепло) .

Данное место безупречно соответствует различным нормам (ГОСТам, СНИПАам и т.д.) , в том числе имеется соответствие и одной из основных норм при строительстве крематория - 3 км до жилых домов, а также весьма благоприятно отсутствие дыма, скрытого за деревьями парка.

**III. План маркетинга**

1. Обоснование выбора

Кремация - сжигание трупов, один из видов похорон у многих народов, в т.ч. у древних славян, у народов, исповедующих буддизм и индуизм. Кремация распространена во многих странах со 2-й половины 19 века, а хабаровчане до сих пор лишены права на альтернативу захоронения в землю, что в свою очередь является грубейшим нарушением прав человека. Ведь ни у кого не вызывает сомнения, что каждый человек, а также его близкие имеют право выбора способа захоронения.

Строительство крематория в г.  Хабаровске обусловлено ещё и тем, что общее количество крематориев в Российской Федерации равно шести (в городах Москва, С. -Петербург, Н. Тагил и др.) , а ближайший к г.  Хабаровску находится в г.  Екатеринбурге. Следовательно, Сибирь и Дальний Восток полностью лишены кремации. Ярким тому подтверждением служит тот факт, что когда случилась трагедия в тайге Хабаровского края (потерпел катастрофу самолёт ТУ-154 следовавший с о.  Сахалин) , то кремацию останков производили в г. Екатеринбурге из-за отсутствия более близко расположенного крематория.

Очень важным является и экономический аспект выбора. При резком расслоении населения наметившегося в последние годы и при общем снижении уровня жизни кремация даёт возможность более дешевого и достойного способа провода своих близких в последний путь.

2) Оценка рынка сбыта услуг (спрос) На примере Екатеринбургского крематория на основании многолетней практики и статистики можно сделать вывод, что кремации подвергаются 60 % от общего числа умерших.

Если учесть, что среднегодовая смертность в г.  Хабаровске за 1995 г. Составила 8024 человека, 1996 г. - 7946,1997 г. - 7577, то 60 % (% кремации) от этого уровня смертности за 1995 г. составила - 4814,4 человека, 1996 - 4767,6,1997 - 4546,2. Несмотря на относительное снижение уровня смертности (в 1996 г. по сравнению с 1995 г. на 1 %, а в 1997г. по сравнению с 1996 г. на 5 %) уровень смертности населения продолжает оставаться очень высоким.

А т.к. подобное заведение в г.  Хабаровске будет единственным, то конкуренция отсутствует.

3) Конкуренция на рынке сбыта Основными конкурентами являются специализированный производственный комбинат коммунального обслуживания (муниципальное предприятие) и единственное в городе ритуальное агенство “Земля и люди” (ЗАО) , которые оказывают наиболее полный комплекс услуг населению в данной области. Существует еще ряд мелких фирм, оказывающих отдельные услуги, но эти фирмы не могут служить серьезными конкурентами на рынке сбыта.

Ритуальное агенство оказывает услуги на более высоком уровне и с большей дифференциацией цен. Если взять стоимость услуг по минимуму, то в агенстве это обойдется в 2500000 рублей, а на комбинате 2800000 рублей при той же продукции.

Но даже если не брать во внимание цены, то все равно спектр услуг оказываемых агенством значительно шире (оформление свидетельства о смерти; доставка тела из морга; заказ и приготовление могилы, гроба, венков; захоронение усопших; предложение разовой одежды, обуви; подача катафалка; предоставление оркестра; заказ публикации некролога; предложение услуг фотографа и т.д.) , а сервис выше, чем на комбинат. Работники агенства гораздо более внимательно и с состраданием относятся к горю, постигшему их клиентов. Прекрасным тому свидетельством служит тот факт, что генеральный директор агенства вошёл в тройку призёров на краевом конкурсе “Предприниматель года-97” .

Следует также отметить, что ритуальное агенство “Земля и люди” , являясь дочерним предприятием страховой компании “Колымская” , работает не только непосредственно с физическими и юридическими лицами, но и с клиентами “Колымской” , застрахованными на случай смерти.

Подытоживая всё вышеперечисленное, можно констатировать, что клиенты, желающие похоронить своих близких в землю, воспользуются услугами именно ритуального агенства “Земля и люди” . Таким образом, основным конкурентом крематория будет являться “Земля и люди” .

Главная проблема кремации - моральный фактор и готовность населения к кремации. Но кремация, как известно, более дешевый способ захоронения (500000 рублей, что гораздо более предпочтительно нежели цены вышеперечисленные) , чем в землю, а учитывая всеобщее обнищание населения стоимость похорон является основополагающим фактором для большинства граждан. Закон спроса гласит, что потребители обычно приобретают больше товаров по низкой цене, чем по высокой. Ценовая эластичность спроса определяет чувствительность покупателей к изменениям в ценах с точки зрения объема товаров, которые они приобретают. Ценовая эластичность определяется отношением изменения величины спроса (в процентах) к изменению цен в (процентах) .

Сам процесс кремации протекает следующим образом:

* 1. заносят гроб на постамент;
	2. выходит распорядитель и читает прощальную речь;
	3. гроб опускается вниз (к печи) .

В эту сумму (120000 рублей) входит:

* 1. оформление зала прощания;
	2. музыка;
	3. прощальная речь распорядителя;
	4. непосредственно кремация.

Полная сумма кремационных похорон клиенту обойдётся ориентировочно в 600000 рублей (гроб - 350000 рублей, могила для захоронения урны после кремации - 100000 рублей) . Но даже эта цена ниже для клиента в 4 с лишним раза, чем самые дешёвые в городе похороны в землю (Ритуальное агенство “Земля и люди” ) . Не стоит забывать о том, что цены даны по минимуму, а следовательно, при желании и возможностях клиента перечень услуг и наименование продукции (ритуальной) может быть значительно расширен.

Не стоит забывать и о состоятельных людях, которые благодаря кремации могли бы устраивать семейные склепы, а в США появилась фирма, отправляющая урны с остатками кремации в космос, что пользуется очень большим спросом. С другой стороны, кремация не помешает этой категории лиц устроить себе и близким ничем не уступающие пышные проводы в последний путь, как и при захоронении в землю. Кстати, после кремации существует несколько и более простых вариантов, чем отправка в космос - закопать урну в землю (копка такой могилы обойдётся заказчику всего в 100000 рублей) , а также поместить урну в колумбарий (годовая оплата этой услуги - 12000 рублей, что тоже по силам даже людям с низким уровнем материального достатка) и др. Первый вариант удобен при уже существующих родственных могилах, при уходе за ними, а второй более эстетичен. Весьма заинтересованы в крематории город и городская администрация. Во-первых, при кремации не увеличивается площадь и без того уже “раздутых” городских кладбищ. Во-вторых, учитывая скудность городского бюджета будет более экономически целесообразно кремировать, нежели заниматься погребением в землю одиноких стариков, неопознанные трупы и т.д. Нельзя сбрасывать со счетов и показатели других городов, имеющих крематории. Так, 60 % всех умерших подвергаются именно кремации. Также общеизвестно, что кремация является наиболее цивилизованным методом похорон и экологически чистым, отвечающим требованиям времени. Немаловажным является факт признания кремации церковью в лице патриарха Московского и всея Руси Алексея II, сделанного несколько лет назад.

В заключении этого раздела нелишним будет напомнить, что в число учредителей крематория входят ЗАО Страховая компания “Колымская” , ЗАО Ритуальное агенство “Земля и люди” , и как следствие часть клиентов этих фирм вне всякого сомнения по мере необходимости “перетекут” в крематорий.

* 1. Реклама

Реклама в деятельности любого предприятия, в т.ч. и крематория играет очень важную роль. От правильно организованной рекламной компании зачастую зависит успех всего предпринимаемого дела.

Создание и размещение рекламы это целое искусство, но учитывая специфику данного бизнеса к рекламе следует подходить с особым чувством такта. Например, размещение рекламы крематория на авиабилетах является недопустимым по этическим соображениям несмотря на большую эффективность такого вида рекламы. Вполне реально разместить рекламу крематория по радио, телевидению, в печати, а также на городском автотранспорте. Последний вид рекламы будет выполнять не только основную функцию рекламы, но и будет служить в качестве постепенного принятия горожанами кремации и привыкания к наличию в городе крематория (моральный фактор) .

Со временем будет разработан фирменный знак и символика.

На разных предприятиях и в разных странах средства на рекламу отпускаются в весьма широком диапазоне. Конкретно на рекламу крематория планируется выделять 2 % от валовой прибыли.

**IV. Правовое обеспечение деятельности**

Крематорий будет являться закрытым акционерным обществом (ЗАО) . Это вызвано тем, что на строительство муниципального крематория в данное время нет возможности выделить из бюджета средства, а необходимость его создания назрела. Эта административно-правовая форма выбрана в связи с тем, в ЗАО уставный капитал создается за счет средств учредителей, финансовых средств у которых достаточно для строительства подобного учреждения без привлечения кредитов со стороны.

Деятельность Общества регулируется Гражданским кодексом Российской Федерации, Федеральными законами Российской Федерации (“Об акционерных обществах” от 24.11.95 г., “О погребении и похоронном деле” от 8.12.95 г.) и другими нормативными актами Российской Федерации, учредительным Договором, Уставом и Решениями собраний акционеров. Внутренний регламент утверждается общим собранием и регулирует внутренние взаимоотношения акционеров, а также другие вопросы касающиеся деятельности Общества.

1) Основные положения об акционерным обществе Акционерным обществом признается общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций; участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционеры, не полностью оплатившие акции, несут солидарную ответственность по обязательствам акционерного общества в пределах неоплаченной части стоимости принадлежащих им акций.

Фирменное наименование акционерного общества должно содержать его наименование и указание на то, что общество является акционерным.

Правовое положение акционерного общества и права и обязанности в соответствии с Гражданским кодексом и законом об акционерных обществах.

* Закрытое акционерное общество

Акционерное общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, признаётся закрытым акционерным обществом. Такое общество не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые им акции либо иным образом предлагать их для приобретения неограниченному кругу лиц.

Акционеры закрытого общества имеют преимущественное право приобретения акций, продаваемых другими акционерами этого общества.

Число участников закрытого акционерного общества не должно превышать числа, установленного законом об акционерных обществах (до 50) , в противном случае оно подлежит преобразованию в открытое акционерное общество в течение года, а по истечении этого срока - ликвидации в судебном порядке, если их число не уменьшится до установленного законом предела.

**V. Кадровый менеджмент**

Общий состав работающих на предприятии планируется в количестве 14 человек.

1. Организационная структура предприятия
* директор - 1
* главный бухгалтер - 1
* механик - 1
* слесарь - 2
* оператор печи - 8
* сторож - 1
* распорядитель - 1

2) Уровень оплаты труда персонала

* директор - 3,0 млн. руб.
* главный бухгалтер - 1,0 млн. руб.
* механик - 1,5 млн. руб.
* слесарь - 0,8 млн. руб.
* оператор печи - 0,8 млн. руб.
* сторож - 0,8 млн. руб.
* распорядитель - 0,8 млн. руб.

Общий фонд оплаты труда = 8,7 млн. руб./месяц.

**VI. Финансовый план**

Смертность по городу Хабаровску

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|    | 1995г.  | 1996г.  | 1997г.  |
| январь  | 752  | 805  | 697  |
| февраль  | 634  | 671  | 560  |
| март  | 680  | 602  | 698  |
| апрель  | 686  | 627  | 588  |
| май  | 734  | 693  | 629  |
| июнь  | 691  | 614  | 576  |
| июль  | 709  | 740  | 644  |
| август  | 578  | 585  | 619  |
| сентябрь  | 584  | 585  | 634  |
| октябрь  | 681  | 690  | 683  |
| ноябрь  | 614  | 638  | 595  |
| декабрь  | 677  | 696  | 654  |
| Итого:  | 8024  | 7946  | 7577  |

                Прогноз доходов и расходов на 1999 год (1-ое полугодие)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|    | январь  | февраль  | март  | апрель  | май  | июнь  |
| Доход от реализации продукции (кол-во х 500000 рублей)  | 225 500 000  | 190 000 000  | 204 000 000  | 206 000 000  | 220 000 000  | 207 500 000  |
| Себестоимость (кол-во х 120000 рублей)  | 51 144 000  | 45 648 000  | 48 960 000  | 49 392 000  | 52 848 000  | 49 752 000  |
| Валовая прибыль (доход от реализации - себестоимость)  | 171 356 000  | 144 352 000  | 155 040 000  | 156 608 000  | 167 152 000  | 157 748 000  |
| Заработная плата  | 8 700 000  | 8 700 000  | 8 700 000  | 8 700 000  | 8 700 000  | 8 700 000  |
| Налоги на з/п (з/п х 0,385)  | 3 349 500  | 3 349 500  | 3 349 500  | 3 349 500  | 3 349 500  | 3 349 500  |
| Лицензия (10 минимальных окладов)  | 834 900  | -  | -  | -  | -  | -  |
| Реклама (2 % от валовой прибыли)  | 3 427 120  | 2 887 040  | 3 100 800  | 3 132 160  | 3 343 040  | 3 154 960  |
| Аренда (средняя ставка зем. налога (95 руб.) х коэффициент дифференцации зон города (0,96) х м 2 (772)  | 5 867,2  | 5 867,2  | 5 867,2  | 5 867,2  | 5 867,2  | 5 867,2  |
| Коммунальные услуги  | 263 521  | 263 521  | 263 521  | 263 521  | 263 521  | 263 521  |
| Конторские материалы  | 100 000  | 100 000  | 100 000  | 100 000  | 100 000  | 100 000  |
| Телефон (установка 5000000 руб., 200000 руб. ежемесячная плата для юридических лиц)  | 5 200 000  | 200 000  | 200 000  | 200 000  | 200 000  | 200 000  |
| Транспортные расходы (расход бензина из расчёта, что на предприятии имеется 3 автомобиля: ГАЗ-3101 (“Волга” ) для нужд предприятия и 2 катафалка. “Волга” ежедневно расходует 30 л бензина, а катафалки в среднем по 8 л. на каждого кримируемого) . Стоимость бензина АИ-76 ~ 2000 руб.  | 8 520 000  | 7 406 000  | 7 848 000  | 7 906 000  | 8 386 000  | 7 956 000  |
| Амортизация (стоимость основ- средств (2985500000 руб.) х срок их эксплуатации)  | 6 367 500  | 6 367 500  | 6 367 500  | 6 367 500  | 6 367 500  | 6 367 500  |
| Налог на прибыль (валовая прибыль х 0,35)  | 59 974 600  | 50 523 200  | 54 264 000  | 54 812 800  | 58 503 200  | 55 211 800  |
| Подоходный налог (е з/п - минимальный размер з/п (83490) х 0,12  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  |
| Налог на имущество (0,015 х стоимость имущества) . Налог выплачивается поквартально.  | 11 195 625  | -  | -  | 11 195 625  | -  | -  |
| Налог на пользователей автомобильных дорог (Доход от реализации - НДС) х 0,02. Выплачивается поквартально.  | 10 324 587  | -  | -  | 10 557 911  | -  | -  |
| Налог на приобретение автотранспортных средств (Стоимость автотранспорта - НДС) х 0,2  | 24 999 000  | -  | -  | -  | -  | -  |
| Сбор на муниципальную милицию (минимальная з/п х численность х 0,03. Поквартально.  | 112 711,5  | -  | -  | 112 711,5  | -  | -  |
| Сбор на нужды образовательных учреждений (квартальный ФЗП х 0,01) . Поквартально.  | 261 000  | -  | -  | 261 000  | -  | -  |
| Сбор на жилфонд (Доход от реализации - НДС х 0,015) . Поквартально.  | 7 743 440,25  | -  | -  | 7 918 433,25  | -  | -  |
| Целевой сбор на подготовку к зиме. (Доход от реализации - НДС х 0,005) .  | 835 209,645  | 835 209,645  | 835 209,645  | 835 209,645  | 835 209,645  | 835 209,645  |
| Результат (Валовая прибыль - затраты) .  | 18 107 437  | 62 680 181  | 68 806 831  | 39 855 780  | 76 064 181  | 70 569 661  |

Прогноз доходов и расходов на 1999 год (2-ое полугодие)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|    |    |    |    |    |    |    | е (по строкам)  |
|    | июль  | август  | сентябрь  | октябрь  | ноябрь  | декабрь  |    |
| Доход от реализации  | 212 500 000  | 173 500 000  | 175 000 000  | 204 500 000  | 184 000 000  | 203 000 000  | 2 405 500 000  |
| Себестоимость  | 51 048 000  | 41 616 000  | 42 048 000  | 49 032 000  | 44 208 000  | 48 744 000  | 574 440 000  |
| Валовая прибыль  | 161 452 000  | 131 884 000  | 132 952 000  | 155 468 000  | 139 792 000  | 154 256 000  | 1 828 060 000  |
| Заработная плата  | 8 700 000  | 8 700 000  | 8 700 000  | 8 700 000  | 8 700 000  | 8 700 000  | 104 400 000  |
| Налоги на з/п  | 3 349 500  | 3 349 500  | 3 349 500  | 3 349 500  | 3 349 500  | 3 349 500  | 40 194 000  |
| Лицензия  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | 834 900  |
| Реклама  | 3 229 040  | 2 637 680  | 2 659 040  | 3 109 360  | 2 795 840  | 3 085 120  | 36 561 200  |
| Аренда  | 5 867,2  | 5 867,2  | 5 867,2  | 5 867,2  | 5 867,2  | 5 867,2  | 70 406,4  |
| Коммунальные услуги  | 263 521  | 263 521  | 263 521  | 263 521  | 263 521  | 263 521  | 3 162 252  |
| Конторские материалы  | 100 000  | 100 000  | 100 000  | 100 000  | 100 000  | 100 000  | 1 200 000  |
| Телефон  | 200 000  | 200 000  | 200 000  | 200 000  | 200 000  | 200 000  | 2 400 000  |
| Транспортные расходы  | 8 126 000  | 6 926 000  | 6 926 000  | 7 856 000  | 7 214 000  | 7 820 000  | 92 890 000  |
| Амортизация  | 6 367 500  | 6 367 500  | 6 367 500  | 6 367 500  | 6 367 500  | 6 367 500  | 76 410 000  |
| Налог на прибыль  | 56 508 200  | 46 159 400  | 46 533 200  | 54 413 800  | 48 927 200  | 53 989 600  | 639 821 000  |
| Подоходный налог  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  | 1 033 981,2  | 12 407 774,4  |
| Налог на имущество  | 11 195 625  | -  | -  | 11 195 625  | -  | -  | 44 782 500  |
| Налог на пользователей автомобильных дорог  | 9 348 576  | -  | -  | 9 857 939  | -  | -  | 40 089 013  |
| Налог на приобретение автотранспортных средств  | -  | -  | -  | -  | -  | -  | 24 999 000  |
| Сбор на муниципальную милицию  | 112 711,5  | -  | -  | 112 711,5  | -  | -  | 450 846  |
| Сбор на нужды образовательных учреждений  | 261 000  | -  | -  | 261 000  | -  | -  | 1 044 000  |
| Сбор на жилфонд  | 7 012 219,5  | -  | -  | 7 012 219,5  | -  | -  | 29 686 313  |
| Целевой сбор на подготовку к зиме  | 835 209,645  | 835 209,645  | 835 209,645  | 835 209,645  | 835 209,645  | 835 209,645  | 10 022 516  |
| Результат  | 44 803 049  | 55 305 341  | 55 978 181  | 40 793 766  | 61 033 362  | 68 505 701  | 662 503 371  |

                  2000 год (поквартально)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|    | I квартал  | II квартал  | III квартал  | IV квартал  |
| Доход от реализации  | 623 500 000  | 580 000 000  | 573 000 000  | 607 500 000  |
| Себестоимость  | 149 616 000  | 139 248 000  | 137 520 000  | 145 720 000  |
| Валовая прибыль  | 473 884 000  | 440 752 000  | 435 480 000  | 461 780 000  |
| Заработная плата  | 26 100 000  | 26 100 000  | 26 100 000  | 26 100 000  |
| Налоги на з/п  | 10 048 500  | 10 048 500  | 10 048 500  | 10 048 500  |
| Лицензия  | 834 900  | -  | -  | -  |
| Реклама  | 9 477 680  | 8 815 040  | 8 709 600  | 9 235 600  |
| Аренда  | 17 601,6  | 17 601,6  | 17 601,6  | 17 601,6  |
| Коммунальные услуги  | 790 563  | 790 563  | 790 563  | 790 563  |
| Конторские материалы  | 300 000  | 300 000  | 300 000  | 300 000  |
| Телефон  | 600 000  | 600 000  | 600 000  | 600 000  |
| Транспортные расходы  | 23 912 000  | 22 520 000  | 22 296 000  | 23 400 000  |
| Амортизация  | 19 102 500  | 19 102 500  | 19 102 500  | 19 102 500  |
| Налог на прибыль  | 165 859 400  | 154 263 200  | 152 418 000  | 161 623 000  |
| Подоходный налог  | 3 101 943,6  | 3 101 943,6  | 3 101 943,6  | 3 101 943,6  |
| Налог на имущество  | 11 195 625  | 11 195 625  | 11 195 625  | 11 195 625  |
| Налог на пользователей автомобильных дорог  | 10 391 251  | 9 666 280  | 9 549 618  | 10 124 595  |
| Налог на приобретение автотранспор- тных средств  | -  | -  | -  | -  |
| Сбор на со- держание му- ниципальной милиции  | 112 711,5  | 112 711,5  | 112 711,5  | 112 711,5  |
| Сбор на нуж- ды образова- тельных уч- реждений  | 261 000  | 261 000  | 261 000  | 261 000  |
| Сбор на жилфонд  | 7 793 438,25  | 7 249 710  | 7 162 213,5  | 7 593 446,25  |
| Целевой сбор на подготовку к зиме  | 2 597 812,75  | 2 416 570  | 2 387404,5  | 2 531 148,75  |
| Результат  | 181 387 073  | 164 190 755  | 161 326 719  | 175 641 765  |

Доходы и расходы на 2001 год (за год)

|  |  |
| --- | --- |
| Доход от реализации  | 2 272 500 000  |
| Себестоимость  | 545 400 000  |
| Валовая прибыль  | 1 727 100 000  |
| Заработная плата  | 104 400 000  |
| Налоги на з/п  | 40 194 000  |
| Лицензия  | 834 900  |
| Реклама  | 34 542 000  |
| Аренда  | 70 406  |
| Коммунальные услуги  | 3 162 252  |
| Конторские материалы  | 1 200 000  |
| Телефон  | 2 400 000  |
| Транспортные расходы  | 74 040 000  |
| Амортизация  | 7 650 000  |
| Налог на прибыль  | 604 485 000  |
| Подоходный налог  | 12 407 777  |
| Налог на имущество  | 44 782 500  |
| Налог на пользователей автомобильных дорог  | 37 873 485  |
| Налог на приобретение автотранспорт- ных средств  | -  |
| Сбор на содержание муниципальной милиции  | 450 846  |
| Сбор на нужды образовательных учреждений  | 1 044 000  |
| Сбор на содержание жилфонда  | 28 405 114  |
| Целевой сбор на подготовку к зиме  | 9 468 371  |
| Результат  | 759 883 348  |

  Расчёт NPV: NPV= CF 0 год / (1 + 0,25) 0 + CH 1 год / (1 + 0.25) 1 + CF 2 год / (1 + 0,25) 2 = = 662 503 371 / 1 + 682 546 312 / 1,25 + 759 883 348 / 1,562 = = 662 503 371 + 546 037 050 + 486 481 017 = 1 695 021 438 Срок окупаемости: Т ок = инвестиции / годовой доход = 2 985 500 000 / 701 644 344 = 4 (года) Расчёт точки безубыточности: Q = постоянные затраты / цена - удельные переменные затраты Себестоимость = 120 000 рублей: Переменные затраты:

* 1. 7000 рублей (стоимость 1 м 3 газа) х 7 (м 3 на одного кремируемого)
	2. музыка = 10 000 рублей

Постоянные затраты:

* 1. распорядитель = 31 000 рублей
	2. оформление зала = 30 000 рублей

Q = 293 654 000 / 500 000 - 59 000 = 293 654 000 / 441 000 = 666 тыс. руб. AFC + AVC (пост-ые + перем-ые зат-ы) Приложение к бизнес - плану Прогнозируемый баланс на 1999 год

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|    | А  |    | П  |    |
|    | начало года  | конец года  | начало года  | конец года  |
| лицензии  | 834 900  |    |    |    |
| зем. участки  | 70 406  |    |    |    |
| здания, соору- жения, маши- ны, оборудо- вание  | 2 985 500 000  | 2 909 090 000  |    |    |
| р/счета  | 13 594 694  | 3 662 503 371  |    |    |
| Баланс (по Активу)  | 3 000 000 000  | 6 571 593 371  |    |    |
| Уставной ка- питал  |    |    | 3 000 000 000  | 3 000 000 000  |
| Фонды накоп- ления  |    |    |    | 2 909 090 000  |
| Нераспреде- лённая при- быль отчётно- го года  |    |    |    | 662 503 371  |
| Баланс (по Пассиву)  |    |    | 3 000 000 000  | 6 571 593 371  |

Предполагаемый отчёт о результатах (прибылях и убытках)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| (1)  | Доход от реализации  | 2 405 500 000  |
| (2) минус  | Затраты на производст- во  | 574 440 000  |
| (3) равняется  | Валовая прибыль  | 1 828 060 000  |
| (4) минус  | Эксплуатационные рас- ходы (всё кроме нало гов)  | 314 696 100  |
| (5) равняется  | Прибыль (убытки) до выплаты налогов (3) - (4)  | 1 513 363 900  |
| (6) минус  | Налоги  | 843 496 962  |
| (10) равняется  | Чистая прибыль (убыток)  | 669 866 938  |

**VIII. Заключение**

В заключении бизнес-плана хотелось бы отметить основные разделы этого проекта.

Вложение акционерами своих финансовых средств является вне всякого сомнения выгодным. Уже в первый год чистая прибыль составит 669 886 938 рублей. Срок окупаемости весьма незначителен - 4 года и это особенно выигрышно выглядит на фоне столь внушительной прибыли в первый же год.

Немаловажен и тот факт, что ритуальный рынок в г.  Хабаровске освоен недостаточно, а крематории отсутствуют не только на территории г.  Хабаровска и края, но и по всему Дальнему Востоку.

Без сомнения город заинтересован в появлении крематория, следовательно? гарантирована поддержка городской и краевой администраций.

В завершении немало важно отметить, что крематорий является неотъемлемой частью цивилизации, и город с его появлением получит новый виток в своём развитии и процветании.

**Список литературы**

1) Уткин Э. А. Организация и планирование предпринимательской деятельности. — Москва, 1997.

2)  Уткин Э. А. Как развивать собственное дело. — Москва, 1997.

3) Липсиц И. В. Основы успеха. — Москва, 1992.

4) Липсиц И. В. Инвестиционный проект: методы подготовки и анализа. — Москва, 1996.

5) Управление проектами / Под ред. Шапиро В. Д. — СПб, 1996.

6) Сборник бизнес-планов. — Москва, 1997.