Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Ивановский государственный энергетический университет имени В.И. Ленина»

Кафедра «Экономики и организации предприятия»

**ПРОЕКТ**

Акселерационной программы «ProEcology»

Направление: ProRecycling

**«Добрый сбор»**

Выполнили: студенты гр. 2-55М

Рогозкина С.А.. Кустова Е.Д.,

Курицын Д.В., Белов А.С.

Проверила: к.э.н., доцент.
Тарасова А.С.

Иваново 2022

# ПАСПОРТ ПРОЕКТНОЙ ИДЕИ

|  |  |
| --- | --- |
| **Идея (суть проекта, название)** | **«Добрый сбор»**Установка вендинговых автоматов по приему пластика, за который, в специальную встроенную миску, будет высыпаться корм для бездомных животных. |
| **Актуальность проекта** | В настоящее время мы имеем дело с современным кризисом угрозы недопустимости глобального загрязнения. Главный источник такого загрязнения – это возвращение в природу огромного количества отходов, образующихся в процессе производства и потребления человеческого общества. |
| **Ориентировочная потребность в ресурсах (материальных, трудовых, финансовых и др)** | Затраты на покупку и установку автоматов, на закупку корма, на выплату заработной платы сотрудникам. |
| **Наша оценка реалистичности проекта** | Мы считаем, что проект вполне реалистичен, так как большинство людей любят и переживают за животных и природу, поэтому будут рады помочь. |
| **Авторы проекта** | Рогозкина С.А., Кустова Е.Д., Курицын Д.В., Белов А.С. |

# SMART – АНАЛИЗ

|  |  |
| --- | --- |
| **S – Specific****(специфичность)** | Уникальность проекта заключается в отсутствии в России подобных вендинговых аппаратов |
| **M – Measurable****(измеримость)** | Планируется установить в г. Иваново 10 вендинговых аппаратов. На каждом автомате имеется 10 мест для размещения рекламы. Стоимость одного рекламного места 25 тыс. руб. |
| **A – Appropriate****(уместноть)** | В настоящее время мы имеем дело с современным кризисом угрозы недопустимости глобального загрязнения. Главный источник такого загрязнения – это возвращение в природу огромного количества отходов, образующихся в процессе производства и потребления человеческого общества. |
| **R – Realistic****(реалистичность)** | Проект вполне реалистичен, так как он будет иметь большую социальную поддержку |
| **T- Time Bound****(ограниченность во времени)** | Проект рассчитан на 5 лет |

# SWOT – АНАЛИЗ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Внешняя** **среда****Внутрення** **среда** | **Opportunity (Возможности**)1. Возможность привлечения средств инвесторов.2. Размещение автоматов в различных географических областях.3. Поддержка со сторо-ны общественности. | **Threat** **(Угрозы)**4. Возможность появления конкурентов.5.Низкая экологическая культура населения и слабая информирован-ность населения по вопросам безопасного обращения с ТБО.6.Угроза вандализма. |
| **Strength****(Сильные стороны)**а. Высокая вовлеченность сотрудников.б. Огромный охват аудитории.в. Возможность сотрудничества с зарубежными аналогичными организациями. | **1. в +****2. б +****3. а +** | **4. в ±****5. б +****6. б ±** |
| **Weakness** **(Слабые стороны)**г. Отсутствие опыта в организации и ведении такого проекта.д. Необходимость постоянного технологического обслуживания.е. Высокая зависимость от клиентов (покупающих у нас рекламу) и поставщиков. | **1. г +****2. е ±****3. г +** | **4. г –****5. е –****6. д –** |

# СТРУКТУРНАЯ ДЕКОМПОЗИЦИЯ РАБОТЫ

# ГРАФИК ГАНТА



# КОМАНДА ПРОЕКТА

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Должность** | **Количество** | **Заработная****плата (тыс. руб.)** |
| Директор | 1 | 40 |
| Водитель | 2 | 20 |
| Мастер (аутсорсинг) | 1 | 10 + отдельная плата за ремонт (около 10) |
| Бухгалтер (аутсорсинг) | 1 | 15 |

**Фонд заработной платы:**

$$ФЗП=\left(40+20∙2+20+15\right)∙12∙1,3=1 794 тыс. руб$$

# ИНВЕСТИЦИИ: СТРУКТУРА И ИСТОЧНИКИ

|  |
| --- |
| **ИНВЕСТИЦИИ** |
|  |  |  |  |  |  |
| **Основной капитал** |  |  | **Оборотный капитал** |
|  |  |  |  |  |  |
| Автоматы по приему пластика и выдаче корма (10 шт) |  |  | Корм для животных |

|  |
| --- |
| **ИСТОЧНИКИ** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Собственный** |  | **Заемный** |  | **Привлеченный** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1 млн. руб |  | 1 млн. руб. |  | 2 млн.руб. |

# ПЛАН ПРОДАЖ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Выручка** | **1 год** | **2 год** | **3 год** | **4 год** | **5 год** |
| В натуральном выражении | 10 штук | 10 штук | 10 штук | 10 штук | 10 штук |
| В денежном выражении | 2,5 млн. | 2,5 млн. | 2,5 млн. | 2,5 млн. | 2,5 млн. |

Планируется установить в г. Иваново 10 вендинговых аппаратов. На каждом автомате имеется 10 мест для размещения рекламы. Стоимость одного рекламного места 25 тыс. руб. Таким образом выручка образуется за счет продажи рекламы.

$$В= Ц\_{ед}∙V=25 000 ∙100=2 500 000 руб$$

Выручка за один год составляет 2,5 млн. руб.

# ПЛАН ДОХОДОВ И РАСХОДОВ

**Эффективность участия в проекте** (Ставка дисконта = 12%)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **T** | **ДП** | **ДДП** | **НДДП** |
| **0** | - 2 000 000 | - 2 000 000 | - 2 000 000 |
| **1** | + 600 000 | 535 714,3 | - 1 464 285,7 |
| **2** | + 600 000 | 478 316,3 | - 985 969,4 |
| **3** | + 600 000 | 427 068,1 | - 558 901,3 |
| **4** | + 600 000 | 381 310,8 | - 177 590,5 |
| **5** | + 600 000 | 340 456,1 | 162 865,6 - NPV |

**Показатели оценки проекта:**

1. **NPV – чистый дисконтированный доход:**

$$NPV=-\sum\_{t=0}^{T}Инв\_{t}∙\frac{1}{\left(1+R\right)^{t}}+\sum\_{t=1}^{T}ДП\_{t}∙\frac{1}{\left(1+R\right)^{t}}$$

$$NPV= -2 000 000+\frac{600 000}{\left(1+0,12\right)^{1}}+\frac{600 000}{\left(1+0,12\right)^{2}}+\frac{600 000}{\left(1+0,12\right)^{3}}+\frac{600 000}{\left(1+0,12\right)^{4}}+\frac{600 000}{\left(1+0,12\right)^{5}}= 162 865,6 руб.$$

1. **PI - индекс доходности:**

$$PI= \frac{\sum\_{t=1}^{T}ДП\_{t}∙\frac{1}{\left(1+R\right)^{t}}}{\sum\_{t=0}^{T}Инв\_{t}∙\frac{1}{\left(1+R\right)^{t}}}$$

$$PI= \frac{535 714,3+478 316,3+427 068,1+381 310,8+340 456,1}{2 000 000}=1,08$$

**NPV > 0, PI > 1 – проект эффективен.**

1. **IRR – внутренняя норма доходности:**

(12%) А → NPV > 0 (C) (162 865,6)

(16%) В → NPV < 0 (D) ) (-35 423,8)

$$IRR= A+\frac{C}{(C-D)}∙\left(B-A\right)= 12+ \frac{162 865,6}{(162 865,6+35 423,8)}∙\left(16-12\right)=15,3\%$$

При ставке дисконта 15,3 % NPV будет равен 0

1. **DPP – дисконтированный срок окупаемости:**

$$Т\_{ок}^{диск}= Т\_{1}- \frac{НДДП\_{Т1}}{ДДП\_{Т1+1}}$$

$$Т\_{ок}^{диск}= 4- \frac{-177 590,5}{340 456,1}=4,52 г.$$

# МАТРИЦА РИСКОВ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Риски (технические, организационные, управленческие, вешние и т.д.) | Вероятность наступления (числовой показатель) | Ущерб (числовой показатель) | Вес риска (числовой показатель) | Реагирование (разработка возможных путей и определение действий, способствующих повышению благоприятных возможностей и снижению угроз для достижения целей проекта |
| Появление конкурентных компаний на рынке | 2 | 5 | 10 | Установка вендинговых аппаратов в местах наибольшей привлекательности |
| Технический сбой аппарата | 3 | 4 | 12 | Своевременное техническое обслуживание |
| Невостребованность на рекламном рынке | 5 | 10 | 50 | Усиленный поиск клиентов |
| Несоблюдение условий поставок корма | 2 | 5 | 10 | Поиск альтернативного поставщика |
| Отсутствие поддержки со стороны населения | 5 | 9 | 45 | Увеличение социальной рекламы |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Риски (технические, организационные, управленческие, вешние и т.д.) | Вероятность наступления (числовой показатель) | Ущерб (числовой показатель) | Вес риска (числовой показатель) | Реагирование (разработка возможных путей и определение действий, способствующих повышению благоприятных возможностей и снижению угроз для достижения целей проекта |
| Закрытие точки приема пластика в городе | 2 | 4 | 8 | Поиск другой ближайшей точки приема |
| Вандализм | 6 | 7 | 42 | Установка камер видеонаблюдения. Размещение автоматов в более безопасных местах |

**Вывод:** самыми важными рисками, которые негативно могут повлиять на проект являются невостребованность на рекламном рынке и отсутствие поддержки со стороны населения, им следует уделить больше внимания, для этого необходим усиленный поиск рекламодателей, с помощью которых можно увеличить число социальной рекламы