Диплом на тему:

«Разработка бизнес-плана национального правового интернет-портала Народный адвокат»

Содержание

Введение....3
Глава 1. Теоретические основы создания бизнес-проектов....6
1.1. Понятие и сущность разработки бизнес-проектов....6
1.2. Особенности разработки бизнес-плана интернет-порталов....8
1.3. Оценка эффективности бизнес-плана....16
Глава 2. Анализ предпосылок разработки бизнес-плана национального правового портала Народный адвокат....25
2.1. Описание услуги и ее особенность....25
2.2 План маркетинга....36
2.3 Производственный план....43
2.4 Организационный план....49
Глава 3. Бизнес-план создания национального правового портала Народный адвокат....60
3.1 Резюме....60
3.2 Содержание бизнес-плана....61
3.3 Оценка эффективности плана....62
3.4 Анализ предпринимательских рисков и безубыточности....66
Заключение....69
Список литературы....70

Введение

Интернет-портал – это масштабный проект в сети интернет, который предоставляет широкий ассортимент услуг и приносит хороший доход своему владельцу.

По своей сути портал – это web-портал, предоставляющий доступ к различным сервисам на основе индефикации пользователей с помощью любого устройства, подключенного к Интернету. Современный интерфейс сайта позволяет пользователям сети Интернет общаться друг с другом в рамках их интересов, конференций, чатов, и форумов в реальном времени. В это же время порталы предлагают широкий спектр различных рекламных услуг и коммерческих сервисов в сети Интернет.

В рыночной экономике бизнес-план является главным инструментом, употребляемым во всех областях предпринимательства. Бизнес-план дает понять процесс работы предприятия, показывает, какими средствами ее руководители собираются выполнить свои цели и задачи, прежде всего повысить прибыльности работы. Хорошо разработанный бизнес-план помогает предприятию расти, завоевывать новые позиции на рынке, где она функционирует, получать инвестиции и кредитные ресурсы, составлять перспективные планы своего развития, концепции производства новых товаров и услуг и выбирать рациональные способы их реализации.

Бизнес-план является регулярным документом; он постепенно обновляется, в него привносятся изменения, связанные как с переменами, идущими внутри предприятия, так и с изменениями на рынке, где функционирует фирма, и в экономике в общем. Бизнес-план увязывает внутрифирменный и макроэкономический анализ, проводимый специализированными научными организациями. Его, как правило, составляет каждое предприятие, хотя возможности подготовки таких документов могут быть различны: мелкая фирма для разработки бизнес-плана может привлекать специалистов консалтинговых организаций.

Бизнес-план является одним из опорных документов, определяющих политику функционирования предприятия. Вместе с тем он строиться на общей идеи развития фирмы, более подробно разрабатывает экономические и финансовые стороны стратегии, дает технико-экономическое объяснение конкретным мероприятиям. Воплощение стратегии в жизнь основывается на широких инвестиционных программах, составленных как цепочка взаимосвязанных технических, организационных и экономических изменений на определенный период. Бизнес-план охватывает одну из частей инвестиционной программы,

срок реализации которой, как правило, ограничен несколькими годами, позволяющей дать достаточно четкую экономическую оценку намеченным мероприятиям.

В наше время составление бизнес-плана очень актуально, так как бизнес-план необходим для успешной работы предприятия. Именно бизнес-план –самый важный инструмент для увеличения капитала фирмы. Процесс создания плана по пунктам позволяет до мелочей проанализировать начатое дело во всех деталях. Бизнес-план служит основой бизнес-предложения при переговорах с будущими партнерами; он играет ключевую роль при приглашении на работу основного персонала фирмы.

Актуальность данного исследования заключается в том, что за последние года в способах организации и видения бизнеса случились качественные изменения. В данный момент одной из самых главных причин успеха абсолютно любой компании являются эффективность и своевременность использования информации, которая исходит от ее партнеров, сотрудников и клиентов. Понимая, что главной причиной успеха в борьбе конкурентов на сегодняшний день является наличие инфраструктуры, позволяющей применять Всемирную паутину не только как метод связи, но и как один из опорных инструментов ведения дела, многие фирмы уже начали внедрять веб-приложения в целях предоставления своим клиентам и сотрудникам актуальной информации. А также быстрой обработки поступающих от них сведений (например, заказов или предложений) на всех уровнях деятельности предприятия.

При проведении теоретических исследований и в процессе разработки бизнес-плана были использованы учебные и практические пособия ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области бизнес-планирования: П. Барроу, В.А. Горемыкин, Ю.Н. Лапыгин, Т.П. Любанова, В.А. Морошин, К. Николаев, Е.Р. Орлова, А.В. Павлов, М.В. Романов, Г. Саттон.

Цель работы – разработать бизнес-план создания интернет-портала.

Объект исследования – «Народный адвокат» - интернет-портал.

Предмет изучения – разработка бизнес-плана создания интернет-портала.

Достижению поставленной цели подчинены следующие задачи:

1. Рассмотреть цели и задачи бизнес-плана, а также его роль в управлении предприятием;

2. Охарактеризовать участников процесса бизнес-планирования;

3. Проанализировать структуру и основные разделы бизнес-плана;

4. Изложить общие требования, предъявляемые к структуре и содержанию бизнес-плана;

5. Разработать бизнес-план создания интернет-портала;

6. Оценить эффективность и экономическую обоснованность создаваемого бизнес-плана.

В процессе подготовки работы были использованы: учебные пособия ведущих отечественных и зарубежных специалистов по стратегическому управлению и бизнес-планированию; базы данных предприятий и организаций; результаты маркетинговых исследований; статьи в специализированных журналах, посвященных работе агентств по переводу.

В данной работе использовались следующие методы исследования: монографический, аналитический, статистический, графический, табличный, системный подходы, личный опыт.

Глава 1. Теоретические основы создания бизнес-проектов

1.1. Понятие и сущность разработки бизнес-проектов

Исследователь В.М.Попов [21, С. 114] считает, что как показывает опыт, главное в предпринимательской карьере и планировании развития существующего или создании нового предприятия – это идея создания принципиально нового продукта или услуги, которые это предприятие будет производить.

Где же взять такую идею? К принципиально новой бизнес-идее можно прийти самостоятельно, профильтровывая информацию из разных источников и оставляя только самое важное. В ходе направленного творческого поиска можно взять уже готовую идею и дать ей вторую жизнь через механизм приобретения существующих предприятий, поглощений, создания совместных предприятий или выкупа.

И в том и в том случае конкретные пути могут быть совершенно самыми разными. Независимо от того, каким путем идея получена, важно тщательно ее обдумать и оценить с тем, чтобы убедиться, что она действительно может принести пользу и успех предприятию.

Итак, словарь экономических терминов [12, С 89] дает следующее определение: «бизнес-план – это комплексный документ, максимально полно отражающий все аспекты предпринимательского начинания и представляющий собой оформленное предложение, направленное на практическое внедрение».

В мире есть огромный выбор бизнес-планов, которые на первый взгляд могут, как сильно отличаться, так и быть абсолютно идентичны друг другу, хотя и являются по своей сути разными документами. Поэтому все многообразие бизнес-планов классифицируют по различным признакам.

Исследователь А.И.Бойкалова отмечает, что бизнес-план – обязательно письменный документ, суммирующий деловые возможности и перспективы и разъясняющий, как эти возможности могут быть реализованы имеющейся командой управленцев (менеджеров) [3, С. 9].

Действительно, бизнес план предполагает четкое предварительное формулирование предпринимательских, коммерческих целей. Цель плана – это доказуемый результат и заданные условия реализации общей задачи проекта.

Разработка бизнес-плана – это высококвалифицированная, серьезная и дорогостоящая работа, занимающая очень много времени. По времени инвестиционный проект охватывает период от начала зарождения идеи о создании или развитии производства, его

преобразования и до конца жизненного цикла создаваемого объекта. Этот период включает три фазы: эксплуатационную, инвестиционную, прединвестиционную, ,.

Бизнес-план – это первый документ нового бизнеса, это общепринятый стандарт представления предложений и проектов. Бизнес-план – это системный комплект документов технологического, организационного и управленческого характера, подтверждающий технологическую и организационную возможность и экономическую целесообразность осуществления проекта, отражающий точку зрения руководства фирмы и ее консультанта на становление и развитие предпринимательской деятельности. В странах рыночной экономики бизнес-план – это документ для оценки бизнеса с целью получения кредита. Сегодня потребность таком документе появилась и у нас, а, учитывая особенности старта наших рыночных реформ, их незаконченность, некомплексность и несистемность, бизнес-план не только обязателен, но и отличен от подобного документа на Западе.

Для успешной и эффективной организации бизнеса необходимо максимально точно знать, что нужно рынку, в каких количествах и по какой цене; как организовать производство, что изготовлять самому; как и что получать по кооперации; как наладить управление производством и реализацией; в какие периоды времени, какие ресурсы, в каких количествах необходимы; как снизить риски и т.п. Без подробного проектного решения сложного комплекса организации бизнеса оценка финансовых результатов, основанная на приблизительных, проектно непроверенных величинах дохода и себестоимости – дело авантюрное, не достойное серьезного предпринимателя.

Цель бизнес-плана – осмысленное, прогнозно-плановое, системное управление предпринимательским проектом, поэтому качество проектных работ является ключевой проблемой предпринимателя [7, с. 34].

1.2. Особенности разработки бизнес-плана интернет-порталов

Предоставление услуг в интернете ежедневно набирает популярность. Высокую популярностью предоставления услуг посредством сети Интернет обеспечивает относительно менее затратный и рискованный способ организации бизнеса. Хорошо продуманный и раскрученный интернет-проект является очень прибыльным бизнесом. Для успешного старта и будущего существования интернет–бизнеса важно составить бизнес–план.

Бизнес–план интернет-портала определяет дальнейшее развитие бизнеса, описывает, с помощью каких методов и действий, возможно, достичь намеченных целей. Ключевой особенностью хорошо проработанного и обдуманного бизнес–плана является выявление перспектив и возможностей, а вследствие последующих путей их реализации.

Бизнес–план позволяет оценить необходимый объем затрат и оградить от ненужных расходов, выявить и устранить риски. В итоге, разработать запасные варианты, тем самым расширить кругозор действий и верно позиционировать интернет-портал на рынке.

На постоянно меняющейся рыночной арене и стремительно растущей конкуренции, хорошо продуманный бизнес-план крайне необходим. Владелец коммерческого интернет–проекта должен четко представлять процесс работы, рассчитывать эффективность используемых ресурсов. Бизнес–план должным образом подготовит руководителя обойти трудности и возникающие опасности для достижения желаемой цели.

Бизнес–план нужен всем заинтересованным лицам в создании или получении дохода от проекта. В роли заинтересованных лиц могут выступать инвесторы или партнеры, банкиры или создатели проекта.

С помощью бизнес–плана владелец яснее представит идеи, определит их реалистичность и смысл. Бизнес планирование выявляет требуемые задачи и определяет порядок выполнения необходимых действий для реализации проекта.

Структура бизнес–плана для интернет–портала по составу мало чем отличается от общеизвестных вариантов. Однако, целесообразно отметить, что содержание бизнес–плана для сайта определяет свои ключевые особенности.

1. Резюме

В этой части бизнес–плана должны быть изложены выводы будущего Интернет-портала. Определены и раскрыты все его преимущества, которые предоставляет рынок. Здесь нужно указать возможности, которые предоставляет Интернет-портал и вытекающие перспективы бизнеса, для достижения целей. Выявить слабые места и проблемы, а так же следует указать каким образом, возможно, найти решение. Произведенный анализ описывает суть Интернет–портала и основополагающие моменты:

- В чем заключается деятельность бизнеса?
- На каких потребителей рассчитан?
- Чем отличается интернет – портал (продукция или услуги) от конкурентов?
- Почему заинтересуются потребители?
- Какие для реализации требуются источники финансирования и их объем?

Обязательным условием написания данной части это указание прогнозируемых финансовых показателей:

- Выручки;
- Объема продаж;
- Затрат;
- Прибыли;
- Срока окупаемости Интернет-портала и т.д.

Отличительной особенностью этого раздела является то, что его написание осуществляется в заключительную очередь, то есть после написания всех остальных частей бизнес–плана.

2. Основная характеристика интернет–портала.

Этот раздел бизнес–плана относиться к основному. В нем важно полностью раскрыть саму идею создания интернет–портала. Определить все преимущества и перспективы, которые предоставляет бизнес–сайт. Показать какие возможности предоставляет Интернет-портал, как потребителям, так владельцам проекта. Следует указать, какие преследует цели интернет–проект и как решает поставленные задачи.

Положительным фактором будет выявление особенностей, непосредственно Интернет-портала перед конкурентами. Ведь надобно найти причины, по которым потенциальные потребители будут приобретать предлагаемые продукты или услуги.

При разработке данного раздела нужно максимально изложить будущий успех Интернет-портала. Здесь целесообразно написать, какие планируется действия по усовершенствованию и обновлению Интернет-портала. Установить сроки создания Интернет-портал.

Необходимо детально расписать структуру Интернет-портал: приблизительное количество страниц, охарактеризовать дизайн. Важно указать все затраты, связанные с исполнением коммерческого сайта и установить срок его окупаемости.

3. Описание предлагаемых товаров (услуг).

Содержание предоставленной части включает информацию о тех продуктах или услугах, которые будет реализовывать Интернет-портал. Акцент необходимо направить на преимущества, которые дает товар потенциальным потребителям.

В этом разделе надлежит указать подробное описание способов оплаты, доставки, организацию работы с посетителями и еще некоторые аспекты рассматриваемого вида коммерции. Представить, какие преимущества, перед остальными способами, предоставляет сайт при совершении покупки потребителем.

Утвердительно будет то, если после приобретения покупателю предоставляются дополнительные услуги. Если имеются некие авторские права или патенты, то про них не следует забывать и указать в этом разделе. Подобающим образом следует подвергнуть анализу спрос, насыщенность рынка и конкурентоспособность предлагаемого товара (услуги).

4. Оценка рынка.

Анализ отрасли рынка жизненно необходим для удачной деятельности любого бизнеса. Из этого вытекает, что знание своих потребителей – залог успеха, стабильный рост бизнес–сайта на рынке и устойчивый спрос на продукцию.

- Важно понять в своем сегменте:
- Чего хочет потребитель?
- Как и чем удовлетворить его желание?
- Какое количество намерен покупать?
- Сколько готов платить покупатель?

Оценка рынка позволит предопределить тенденции и стабильность, выявить долю продаваемой Интернет-порталом продукции (услуг). Подобает установить, какие могут возникнуть проблемы при различных экономических, политических, социальных и прочих изменениях.

Подробный анализ рынка коренным образом может повлиять как на интернет–проект в целом, так на его отдельные части (структура сайта, продукция, реклама, маркетинговая

программа, цели и т.д.). Нужно как можно точно позиционировать бизнес, верно взять направление для благополучного формирования интернет–бизнеса.

5. Анализ конкурентов.

Конкуренты существуют в любом бизнесе и на любом рынке. Исследования конкурентов, помогут успешно реализовать интернет–проект на конкретном сегменте рынка.

Крайне важно установить приблизительное количество аналогичных коммерческих сайтов и определить долю захваченного рынка конкурентами. А так же необходимо оценить продукцию (услуги), которую предлагают конкуренты, выявить преимущества, найти их уникальность и определить качество.

Следует определить, на чем основано конкурентное соперничество, быть может, это относительная низкая цена, улучшенное качество товара или какие–то мотивирующие факторы. Схожим образом следует проанализировать сайты конкурентов на дизайн, структуру, рекламу, обращение с посетителями, мнение покупателей и т.д.

Анализ слабых и сильных сторон конкурентов способствует образованию собственного конкурентного преимущества, определению своей уникальности, оригинальности и обнаружению своих уязвимых мест.

При оценке конкурентов, не нужно бояться их, а целесообразно находить бреши в их планах, стратегиях, в характеристиках продукции. Эффективно подействует уважительное отношение к сайтам конкурентам, как известно у сильных конкурентов есть чему научиться. В конкурентной борьбе бизнес–сайта это отразиться большим плюсом и раскроет дополнительные возможности в достижении успеха.

6. Маркетинговый план.

Маркетинговый план существует для того, что бы ясно понять и представить ситуацию на рынке. Точно определить положение и будущего развития своего Интернет-портала. Данный раздел построен на стратегии маркетинга и должен раскрыть все первостепенные элементы:

- Осмысление целей маркетинговой стратегии в целом;
- Определение рыночной ниши;
- Выбор продукции;
- Система сбыта;
- Установка ценовой политики;
- Выявление потенциальных покупателей;
- Рекламная стратегия (организация, варианты рекламы, расходы на рекламу);
- Мероприятия по увеличению посещаемости сайта;
- Организация работы с посетителями;

- Способы повышение объема продаж;
- Формирование мероприятий по повышению имиджа и рейтинга интернет – проекта.

В приведенной части необходимо отразить влияние внутренних и внешних факторов. На внешние факторы воздействовать практически не возможно, а вот внутренние факторы подвержены контролю со стороны владельца Интернет-портала. К внешним факторам относятся:

- Экономические ситуации в интернете;
- Численность интернет пользователей и потенциальных покупателей;
- Увеличение доступа в интернет в различных регионах;
- Развитие технологий, их влияние;
- Спрос на предлагаемый товар (услугу), тенденции изменений спроса во времени;
- Конкуренты;
- Влияние интернета на развитие электронной коммерции.

Следует внимательно следить за изменениями внутренних факторов. Должным образом анализировать происходящие ситуации и искать пути улучшения Интернет-портала.

В свою очередь, внутренние факторы ставят ключевые вопросы:

- Что представляет собой интернет–проект на момент разработки?
- Какие ресурсы имеются в наличии?
- Какие необходимо достичь цели?
- Какие существуют способы достижения результата?
- Какие надлежит провести исследования по усовершенствованию Интернет-портала?

Жизненно важно, как можно подробнее и точнее, ответить на поставленные вопросы. Полученные ответы создают целенаправленное продвижение Интернет-портала на рынке. С помощью стратегии маркетинга происходит завоевание рынка и увеличение объема реализации.

7. Производственный план.

Производственная деятельность предприятия показывает все проблемы, связанные с организацией продукции. В предоставленном разделе отражено описание всех ресурсов, необходимых для становления бизнес-сайта.

Здесь надлежит сориентировать все производственные процессы, связанные с предлагаемым Интернет-порталом. Важно показать процесс движение сырья, комплектующих изделий, продукции, что, куда и как будет перемещаться до поступления в продажу.

Производственный план включает детальную информацию о поставщиках продукции и материалов, а так же указывает, требуется ли помещение для хранения. В свою очередь нужно отметить, какое оборудование необходимо и как будут использованы ресурсы и материалы.

Основополагающим фактором является описание критериев оценки качества продукции (услуги). Следует указать все расходы, связанные с изготовлением и какой период требуется для производства. При написании плана производства, следует прогнозировать будущие развитие бизнес–сайта.

Поэтому нужно уточнять сильные стороны производственного процесса и характеристик качества, с помощью, которых возможен рост объема продаж.

Данный раздел бизнес-плана имеет специфический характер, в итоги, его содержание определяется непосредственно конкретным бизнесом. Настоящий план имеет ценность только для бизнеса связанного с производством. В частности, производственный план для Интернет-портала слабо выражен и обусловливается лишь некоторыми основными моментами.

8. Финансовый план.

Развитие бизнеса на прямую зависит от правильно организованной финансовой деятельности. Финансовая стратегия должна быть ориентирована на оптимизацию получения денежных средств для формирования и расширения сайта. Обязательным условием составления финансового плана является определение ключевых факторов:

- Оценка настоящего финансового состояния;
- Определение источников финансирования;
- Установления требуемых инвестиций для организации интернет–проекта;
- Прогнозирование доходов и расходов;
- Установление действий направленных на эффективность финансовой стратегии.

С помощью финансового плана принимаются решения о целесообразности интернет–проекта, о его финансовой эффективности. Этот раздел выявляет проблемы, связанные с финансированием и определяет поиски их решения. Благодаря финансовой оценке решается судьба сайта. Таким образом, удачная финансовая деятельность Интернет-портала обусловлена своевременными и верными решениями требуемого финансирования.

9. Оценка риска.

Угрозы, проблемы и различные неудачи сопутствуют любой вид предпринимательства. Безусловно, интернет–бизнес является относительно менее рискованной коммерческой деятельностью. Однако, для него характерны свои рисковые ситуации, от которых крайне важно защититься. Прежде всего, нужно установить все возможные источники рисков:

- Риск идеи (инновации);
- Риск рыночной ситуации (падение на рынке);
- Конкурентный риск;
- Риск надежности интернет–проекта;
- Риск безопасности интернет–проекта;
- Финансовый риск;
- Форс–мажорные обстоятельства;
- Риск устойчивости интернета в целом;
- Ресурсный риск (клиентская база, финансы, поставщики и т.д.);
- Риск потери имущества или краха системы (неполадки ПО, потеря важных данных, поломки компьютера, офисной техники и т. д.);
- Риск потери времени;
- Риск по обязанностям и ответственности.

Следует учесть, что косвенное влияние так же оказывают экономические, политические, различные внутренние и внешние риски. Главное, что бы не попасть под влияние всевозможных проблем и неурядиц. Важно вовремя разглядеть надвигающиеся угрозы, уметь обойти сопутствующие трудности и найти пути выхода. Детальный анализ рисков, поможет определить степень влияния и причины возникновения.

Стратегия преодоления рисков способствует разработке мер и действий, направленных на уменьшения влияния рисковых ситуаций и повышения уверенности интернет–предпринимателя в успехе своего Интернет-портала.

В процессе составления бизнес–проекта Интернет-портала, будут рассматриваться многие вопросы. Таким образом, найденные ответы помогут достигнуть существенных преимуществ, и аргументировано объяснить сопутствующие расходы.

С помощью бизнес-плана, возможно, целесообразно рассчитать объем вложенных средств, для создания Интернет-портала и определить источник финансирования. Ведь для того, что бы рискнуть некоторыми денежными средствами, создатель будущего интернет–проекта должен быть уверен в его эффективности и окупаемости.

1.3. Оценка эффективности бизнес-плана

Цели оценки эффективности:

- анализ капиталовложений и производительности;

-анализ ситуации;

- выбор наиболее эффективного проекта;

- поддержание оптимальных прибылей;

- обеспечение возврата средств;

- финансирование роста[12, С.343].

Цели и этапы процесса оценки

Оценка инвестиционного проекта состоит в следующем:

- определить общие инвестиционные и производственные издержки;

- оценить привлекательность инвестиционного проекта с точки зрения коммерческих интересов инвесторов;

- выявить финансовую состоятельность предприятия – объекта инвестиций;

- определить влияние инвестиционного проекта на национальную (региональную) экономику;

- оценить риск инвестиций и разработать предложения по его профилактике и минимизации возможных потерь;

- дать заключение о социально-экономической целесообразности (нецелесообразности) осуществления инвестиций;

- обосновать целесообразность участия в реализации инвестиционного проекта заинтересованных предприятий, банков, российских и иностранных инвесторов, федеральных и региональных органов государственного управления.

Оценка эффективности инвестиционных проектов проводится в соответствии с «Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования».

На первом этапе оценки анализируются показатели эффективности проекта в общем. Миссия этого этапа – агрегированная экономическая оценка проектных решений и создание приятных условий для поиска инвесторов. Для локальных проектов разценивается только их коммерческая эффективность, и, если она оказывается подходящей, рекомендуется непосредственно переходить ко второму этапу оценки. При недостаточной общественной эффективности такие проекты не рекомендуются к воплощению в жизнь и не могут рассчитывать на государственную поддержку. Если же их общественная эффективность

оказывается удовлетворительной, оценивается их коммерческая эффективность. При неудовлетворительной коммерческой эффективности общественно значимого инвестиционного проекта рассматривается возможность применения различных форм его поддержки, которые позволили бы увеличить коммерческую эффективность до удовлетворительного уровня. Если источники и условия финансирования уже известны, оценку коммерческой эффективности проекта можно не производить.

Второй этап оценки происходит после создания цепочки финансирования. На нем выясняется состав участников и сформировывается финансовая реализуемость и эффективность участия в проекте каждого из них (кроме кредиторов, эффективность для которых определяется процентом за кредит):

-отраслевая эффективность;

- региональная эффективность;

- бюджетная эффективность;

- эффективность участия в проекте отдельных предприятий и акционеров.

Для локальных проектов на этом этапе сформировывается эффективность участия в проекте отдельных предприятий-участников, эффективность инвестирования в акции таких акционерных предприятий и эффективность привлечения бюджета в реализации проекта (бюджетная эффективность). Для общественно значимых проектов на этом этапе в первую очередь определяется региональная эффективность, и в том случае, если она приемлема, дальнейший рост производится так же, как и для локальных проектов [25, с. 315-318].

Используемая в рыночной экономике оценка эффективности инвестиций формируется на ряде принципов.

1 принцип – оценка возврата инвестируемого капитала на основе показателя денежного потока (cash flow), формируемого за счет сумм чистой прибыли и амортизационных отчислений в процессе эксплуатации инвестиционного проекта. При этом показатель денежного потока может приниматься при оценке дифференцированным по отдельным годам эксплуатации инвестиционного проекта или как среднегодовой.

2 принцип — приведение к настоящей стоимости как инвестируемого капитала, так и сумм денежного потока. Процесс инвестирования в большей части случаев проходит не в один момент, а проходит через ряд этапов, отраженных как правило в бизнес-плане инвестиционного проекта. Поэтому инвестируемые суммы (за исключением первого этапа) должны приводиться к настоящей стоимости (дифференцированно по каждому этапу последующего инвестирования). Точно также должна приводиться к настоящей стоимости и сумма денежного потока (по отдельным этапам формирования).

Основным экономическим нормативом, используемым при дисконтировании, является норма дисконта, выражаемая в долях единицы или процентах.

Поэтому при сравнении двух инвестиционных проектов с разными уровнями риска при дисконтировании используются различные ставки процента (более высокая ставка процента должна быть использована по проекту с более высоким уровнем риска). Аналогично при сравнении двух инвестиционных проектов с различными общими периодами инвестирования (ликвидностью инвестиций) более высокая ставка процента должна применяться по проекту с большей продолжительностью реализации [25, С. 323-325].

3 принцип – учет фактора инфляции.

Основное влияние на показатели коммерческой эффективности бизнес-плана оказывают:

- неоднородность инфляции (т. е. различная величина ее уровня) по видам продукции и ресурсов;

- превышение уровня инфляции над расчетом курса иностранной валюты.

4 принцип – вариация форм используемой ставки процента для дисконтирования в зависимости от целей оценки. При расчете различных показателей эффективности инвестиций в качестве ставки процента, выбираемой для дисконтирования, используются главным образом:

- индивидуальная норма доходности инвестиций с учетом уровня инфляции, уровня риска и уровня ликвидности инвестиций;

- средняя депозитная или кредитная ставка;

- альтернативная норма доходности по другим возможным видам инвестиций;

- норма доходности по текущей хозяйственной деятельности. Эффективность инвестиционных проектов характеризуется системой показателей, отражающих соотношение затрат и результатов применительно к интересам его участников. Различаются следующие показатели:

- показатели коммерческой (финансовой) эффективности, учитывающие финансовые последствия реализации проекта для его непосредственных участников;

- показатели бюджетной эффективности, отражающие финансовые последствия осуществления проекта для федерального, регионального или местного бюджета;

- показатели экономической эффективности, учитывающие затраты и результаты, связанные с реализацией проекта, выходящие за пределы финансовых интересов участников инвестиционного проекта и допускающие стоимостное измерение (для крупномасштабных

проектов, существенно затрагивающих интересы города, региона или всей России, рекомендуется обязательно оценивать экономическую эффективность) [25, С. 325-328].

Финансовая состоятельность означает, что проект всегда имеет достаточно средств, чтобы во время платить по своим долгам. Таким образом, достаточным для осуществления проекта можно считать такой объем собственного или заемного капитала, при котором на всех интервалах планирования приток денежных средств будет более большой чем расход или равный ему. Другими словами, проекту нужно столько денежных средств, чтобы их баланс во все периоды деятельности был положительным, тогда как его отрицательная величина на каком либо интервале означает, что предприятие – банкрот.

Оценка финансовой состоятельности проекта происходит на базе трех форм финансовой отчетности:

- отчета о движении денежных средств;

- отчета о прибыли;

- балансового отчета.

Основное отличие форм финансовой оценки от отчетных форм состоит в том, что они представляют будущее, прогнозируемое состояние предприятия (инвестиционного проекта).

Отчет о движении денежных средств складывается на основе прогноза продаж по каждому из потенциальных рынков. С финансовой точки зрения содержит информацию, характеризующую операции, связанные с образованием источников финансовых ресурсов и с их использованием.

Отчет о прибылях и убытках. Назначение этой формы - иллюстрация соотношения доходов, получаемых в процессе производственной деятельности предприятия (проекта) в течение какого-либо периода времени, и расходов, понесенных в этот же период и связанных с полученными доходами.

Балансовый отчет – это традиционный бухгалтерский баланс. Для целей бизнес-плана его форма может не совпадать с формой баланса, предусмотренного требованиями бухгалтерской и статистической отчетности [24, с. 98].

Бюджетная эффективность оценивается в бизнес-плане по требованию органов государственного и/или регионального управления. В соответствии с этими требованиями может определяться бюджетная эффективность для бюджетов различных уровней или консолидированного бюджета. Показатели бюджетной эффективности рассчитываются на основании определения потока бюджетных средств.

К притокам средств для расчета бюджетной эффективности относятся:

- притоки от налогов, акцизов, пошлин, сборов и отчислений во внебюджетные фонды, установленных действующим законодательством;

- доходы от лицензирования, конкурсов и тендеров на разведку, строительство и эксплуатацию объектов, предусмотренных проектом;

- платежи в погашении кредитов, выданных из соответствующих бюджетов участникам проекта;

- платежи в погашение Минфину РФ за сопровождение иностранных кредитов (в доходах федерального бюджета);

- дивиденды по принадлежащим региону или государству акциям и другим ценным бумагам, выпущенным в связи с реализацией бизнес-проекта.

К оттокам бюджетных средств относятся:

- предоставление бюджетных (в частности, государственных) ресурсов на условиях закрепления в собственности соответствующего органа управления (в частности, в федеральной государственной собственности) части акций акционерного общества, создаваемого для осуществления бизнес-проекта;

- предоставление бюджетных ресурсов в виде инвестиционного кредита;

- предоставление бюджетных средств на безвозмездной основе (субсидирование);

- бюджетные дотации, связанные с проведением определенной ценовой политики и обеспечением соблюдения определенных социальных приоритетов [18, С. 305].

Основным показателем бюджетной эффективности, используемым для обоснования предусмотренных в проекте мер федеральной, региональной финансовой поддержки, является бюджетный эффект.

Бюджетный эффект ($Б_t$)для t-го шага осуществления проекта определяется как превышение доходов соответствующего бюджета ($Д_t$)над расходами ($Р_t$)в связи с осуществлением данного проекта:

$$Б_t = Д_t - Р_t \quad (1)$$

Интегральный бюджетный эффект ($Б_{инт}$)рассчитывается по формуле как сумма дисконтированных годовых бюджетных эффектов или как превышение интегральных доходов бюджета ($Д_{инт}$) над интегральными бюджетными расходами ($Р_{инт}$) [9, С. 193].

Методы оценки экономической эффективности делятся на два больших класса: простые (статические) методы и методы дисконтирования.

Простые (статические) методы (или «экспресс-методы») позволяют достаточно быстро и на основании простых расчетов произвести оценку экономической эффективности.

Это очень полезная информация, так как если проект «не проходит» по простым критериям, то можно быть почти уверенным в том, что он «не пройдет» и по более сложным.

В основе простых методов оценки экономической эффективности инвестиций лежит идея о том, что предприятие может оплачивать инвестиции из своей чистой прибыли и амортизационных отчислений. Происхождение этих «составляющих» совершенно понятно: чистая прибыль остается в распоряжении предприятия, и оно само решает, как с ней поступить, а амортизационные отчисления по своей сути предназначены для инвестиций. В простых методах на основании таблицы движения денежных средств и отчета о прибыли оцениваются простая норма прибыли (ПНП) проекта, его простой срок окупаемости (ПСО) и точка безубыточности (ТБ).

Основные формулы расчета:

$$ПНП = \frac{ЧП}{ОИИ}, \quad (2)$$

где ПНП – простая норма прибыли проекта;

ЧП – чистая прибыль предприятия;

ОИИ – общие инвестиционные издержки;

$$ПСО = \frac{ОИИ}{(ЧП + АО)}, \quad (3)$$

где ПСО – простой срок окупаемости проекта;

АО – амортизационные отчисления;

$$ТБ = \frac{(СС - УПЗ)}{(ВР - УПЗ)}, \quad (4)$$

где ТБ – точка безубыточности проекта;

СС – себестоимость продукции;

УПЗ – условно-переменные затраты;

ВР – выручка от реализации.

Точка безубыточности проекта может рассчитываться в товарных единицах, в рублях, в процентах к объему выпуска.

Если точка безубыточности свыше 80% выпуска, это значит, что проект неустойчив: 80% средств им «проедается». Стоит подумать о снижении издержек и об увеличении объемов выпуска.

Методы дисконтирования основаны на сравнении денежных поступлений в различные моменты времени. Именно процедура дисконтирования позволяет максимально полно учесть инфляцию, риски и альтернативную стоимость капитала.

Основой для расчета инвестиционных проектов являются две аксиомы, не нуждающиеся в доказательствах: они интуитивно понятны и не противоречат нашему практическому опыту.

Аксиома первая. У инвестора всегда есть выбор для вложения средств (принцип арбитражного ценообразования).

Аксиома вторая. Рубль сегодня стоит больше, чем рубль завтра (временная стоимость денег).

Первая аксиома совсем простая и понятная. Но нелишне еще раз напомнить, что бизнес-планы – это очень важный аргумент в конкурентной борьбе за инвестиции.

Главными причинами того, что рубль сегодня больше, чем рубль завтра, являются:

- инфляция;

- риски;

- возможность альтернативного использования денег [24, с. 105].

Рассмотрим методику оценки эффективности инвестиций на основе показателей, относящихся к методам дисконтирования:

- чистый дисконтированный доход, или интегральный эффект, или чистая текущая приведенная стоимость (NPV);

- индекс доходности или индекс прибыльности (PI);

- внутренняя норма доходности или внутренняя норма прибыли, рентабельности, возврата инвестиций (IRR);

- срок окупаемости (PP).

Чистый дисконтированный доход – ЧДД (используются также другие названия: Чистая приведенная или чистая современная стоимость, интегральный эффект, Net Present Value - NPV). Позволяет получить наиболее обобщенную характеристику результата инвестирования, т. е. его конечный эффект в абсолютной сумме. Данный показатель определяется как разница между приведенными к настоящей стоимости (путем дисконтирования) суммой денежного потока за период эксплуатации инвестиционного проекта и суммой инвестируемых в его реализацию средств:

$$NPV = \sum_{t=0}^{T} (R_t - З_t) \times \alpha_t, \quad (5)$$

где R_t – результаты, достигаемые в период t, руб.;

$З_t$ – затраты, осуществляемые в период t, руб.;

T – горизонт расчета;

α_t – коэффициент дисконтирования при норме дисконта, не включающей инфляционную премию, т. е. при реальной величине ставки дисконтирования.

$$\alpha_t = \frac{1}{(1+E)^t}, \quad (6)$$

где t – номер шага расчета (t = 0,1,2,...);

E – норма дисконта, равная приемлемой для инвестора норме дохода на капитал.

$$Э_t = R_t - З_t, \quad (7)$$

где $Э_t$ - эффект, достигаемый в период t, руб. На практике часто пользуются модифицированной формулой для определения NPV. Для этого из состава затрат исключают капитальные вложения:

$$NPV = \sum_{t=0}^{T} (R_t - Ç_t) \times \alpha_t - \hat{E}, \quad (8)$$

где K – сумма дисконтированных капиталовложений, руб.;

$З_t^p$ – скорректированные затраты t-го периода (при условии, что в них не входят капиталовложения), руб.

$$\hat{E} = \sum_{t=0}^{T} \hat{E}_t \times \alpha_t \quad (9)$$

где K_t – капиталовложения в периоде t, руб.

Логика критерия NPV такова:

- если NPV < 0, то в случае принятия проекта владельцы компании понесут убыток;

- если NPV = 0, то в случае принятия проекта благосостояние владельцев компании не изменится, но в то же время объемы производства возрастут, т. е. компания увеличится в масштабах;

- если NPV > 0, то в случае принятия проекта благосостояние владельцев компании увеличится.

Индекс доходности – ИД (другие названия: индекс прибыльности, Profitability Index — PI). Представляет собой отношение суммы приведенных эффектов к величине капиталовложений.

$$PI = ИД = \frac{1}{K} \sum_{t=0}^{T} (R_t - З_t) \times \alpha_t \quad (10)$$

Индекс доходности тесно связан с ЧДД. Он строится из тех же элементов, и его значение связано со значением ЧДД: если ЧДД положителен, то ИД > 1 и наоборот. Если ИД >1, проект эффективен, если ИД < 1- неэффективен.

Внутренняя норма доходности – ВНД (другие названия: внутренняя норма прибыли, рентабельности, возврата инвестиций,).

Внутренняя норма доходности (ВНД) представляет собой ту норму дисконта ($E_{âí}$), при которой величина приведенных эффектов равна приведенным капиталовложениям, т.е. ЧДД = 0.

Иными словами (ВНД) является решением уравнения:

$$\sum_{t=0}^{T} \frac{R_t - З_t}{(1+E_{вн})^t} = \sum_{t=0}^{T} \frac{K_t}{(1+E_{вн})^t}$$

Если расчет ЧДД инвестиционного проекта дает ответ на вопрос, является он эффективным или нет при некоторой заданной норме дисконта (Е), то ВНД проекта определяется в процессе расчета и затем сравнивается с требуемой инвестором нормой дохода на вкладываемый капитал.

В случае, когда ВНД равна или больше требуемой инвестором нормы дохода на капитал, инвестиции в данный инвестиционный проект оправданы, и может рассматриваться вопрос о его принятии.

Если сравнение альтернативных инвестиционных проектов по ЧДД и ВНД приводят к противоположным результатам, предпочтение следует отдавать ЧДД.

Срок окупаемости – минимальный временной интервал (от начала осуществления проекта), за пределами которого интегральный эффект становится и в дальнейшем остается неотрицательным.

Результаты и затраты, связанные с осуществлением проекта, можно вычислять с дисконтированием или без него. Соответственно получится два различных срока окупаемости.

Срок окупаемости рекомендуется определять с использованием дисконтирования [11].

Таким образом, в заключении рассмотрения теоретических основ разработки бизнес-плана создания предприятия необходимо отметить, что бизнес-план – это динамичная оценка проекта (программы), что и отличает его от других методов, например от статичной технико-экономической оценки.

Если в системе технико-экономических показателей оценку проекта можно представить в виде фотографии, то в системе блоков бизнес-плана – в виде киноленты,

причем как стереокино – с массой многих эффектов, приближающих оцениваемый проект к максимально реалистичному виду. Бизнес-план относится не к «одноразовым» документам, а к постоянным, требующим постоянной корректировки, адаптации к быстро изменяющимся условиям внешней и внутренней среды. Именно он может дать более объективную оценку бизнеса.

Глава 2. Анализ предпосылок разработки бизнес-плана национального правового портала Народный адвокат

2.1. Описание услуги и ее особенность

Описание отрасли

За рубежом, в США, Великобритании, Франции и многих других странах активно формируется виртуальный рынок услуг юридических интернет-компаний. В России данный вид бизнеса находится на стадии развития.

В настоящее время правовая информация привлекает своей доступностью во многом благодаря сети Интернет. Знание современных законов, прав и обязанностей отдельных категорий граждан, необходимо не только квалифицированному юристу, но и простому обывателю. И это правильно, потому что знание своих прав и обязанностей позволяет избежать ряда неприятных моментов.

В сети Интернет много сайтов правовой тематики, что отражает важность права в жизни личности, общества и государства.

Все правовые информационные ресурсы, существующие в сети Интернет, можно классифицировать следующим образом:

1. Государственная власть – представлены сайты принадлежащие органам государственной власти РФ (президент РФ, правительство РФ, ФС РФ, Министерства РФ, суды, правоохранительные органы и др.). На web-станицах представлены официальные материалы и сведения о деятельности рассматриваемых властных институтов.

2. Информационно-правовые базы данных – включены основные правовые базы данных существующие в российском сегменте Интернет. Эти базы данных созданы как государственными (ФАПСИ), так и частными (ГАРАНТ, КОНСУЛЬТАНТ Плюс) структурами и включают в себя актуальную и полную информацию о законодательстве РФ.

3. Правовые СМИ Интернете – в Рунете широко представлены различные виды СМИ в том числе и правового характера. Часть из них являются интернет-версией бумажных изданий, другая часть существует независимо от них, и исключительно в электронном виде.

4. Тематические сайты по праву – в основном создаются под началом профессиональных юристов и содержат материалы по различным правовым вопросам и проблемам.о различных

5. Правовые форумы любителей и проффисионалов – созданы и ведутся группами профессионалов в области юриспруденции. Здесь ведутся дискуссии спорных

вопросахвозникающих в связи применением закона в целом и разрешением конкретных ситуаций в частности.

6. Web страницы известных юристов – представлены web-страницы известных российских юристов, где опубликованы биографические данные, материалы об их профессиональной деятельности и области их специализации.

7. Зарубежные правовые ресурсы – приведены примеры зарубежных (англоязычных) баз данных разного типа.

Описание Интернет-портала «Народный адвокат»

Структуру Интернет-портала «Народный адвокат» можно представить в виде схемы (рисунок 1).

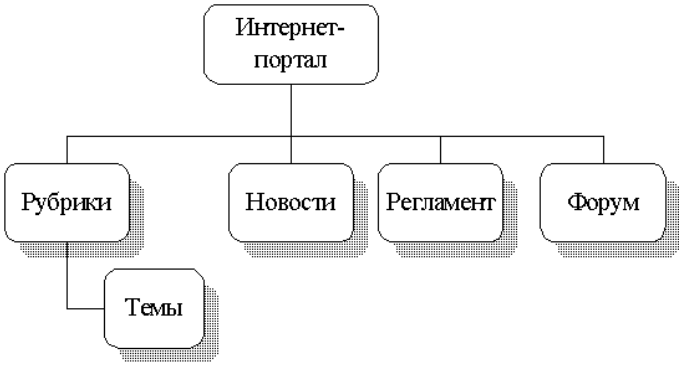


Рисунок 1. Структура Интернет-портала «Народный адвокат»

Кратко опишем представленную выше структуру Интернет-портала «Народный адвокат».

- Рубрики. Содержат набор тем для освещения. Примеры рубрик для портала недвижимости: новостройки, вторичное жилье.
- Тема. Информация по определенной теме.
- Новости. Публикуются текущие новости, со временем образующие архив.
- Регламент. Задаются правила публикация информации, пользовательские соглашения, типичные шаблоны.
- Форум. Инструмент общения между пользователями портала.

Преимуществами Интернет-портала «Народный адвокат» являются:

- привлечение целевых пользователей по данной тематике;
- автоматизация процессов поиска, обработки, извлечения информации.

Проектом предусмотрено создание и развитие правового национального интернет-портала «Народный адвокат».

В структуре портала 3 основных группы разделов:

1. Получение «видео-консультации» (видеоролики А. С. Трещева).

2. «Народный адвокат в твоем городе».

3. «Аттестация юристов и адвокатов».

Рассмотрим подробнее первую группу – это «видео-консультации».

Данный вид сервиса представляется для посетителей в виде основных правовых разделов, содержащих видеоролики:

- Брак и семья
- Трудовые отношения
- Жилье и недвижимость
- Наследство
- Социальное обеспечение
- Пенсионное обеспечение
- Защита прав потребителей
- Как правильно обратится в суд
- ЖКХ
- Права автовладельцев



Каждая тема раздела содержит 20 основных вопросов, то есть 1 тема – это 20 видео-консультаций Трещева А.С.

Посетитель портала находит, интересующий его вопрос в правовых разделах и может получить видео-ответ на него после регистрации и предварительной оплаты за услугу 300 рублей.

Следующий группа разделов – «Народный адвокат в твоем городе». Здесь пользователь может найти всю информацию об юристах и адвокатах в своем городе, а также оставить отзывы о них.

Третий раздел «Аттестация юристов и адвокатов». Это специальный структурный блок, посвященный тем юристам и адвокатам, которые хотят представлять свои услуги на данном портале и возможности осуществлять on-line консультации. Аттестация для профессионалов платная. Проводится аттестационной комиссией портала. Благодаря специальной рейтинговой системе, будет понятно, кто из них дает более качественные услуги.

Вспомогательные разделы правового портала:

1. Общение на Трещев.ру, или Социальная правовая сеть:

- объявления;
- вакансии/резюме;
- поиск специалистов;
- форум.

2. Новости:

- новости проекта;
- специальный блог Трещева А.С.
- подписка на новости

3. Юридический справочник

4. Статьи

5. Библиотека

6. Печатные издания

7. Законопроекты

8. Принятые законы

9. Судебная практика

10. Пресс-релизы

11. Юридическая школа в лицах

12 .Юридические ВУЗы

13. Партнеры

14. Видеокейсы

Требования к контенту

Так как данный интернет-портал правовой, необходимо учесть специфику юридического языка. Здесь будет много информации на языке закона.

Итак, например, мы нашли нужный правовой акт. Начинаем его внимательно читать и обнаруживаем, что неподготовленному человеку сделать это довольно сложно.

• Во-первых, и в законах, и в юридической литературе есть много устаревших слов и выражений, которые не употребляются в современной речи и поэтому непонятны или звучат непривычно, такие как «посягательство», «держатель», «публичный договор», «бремя доказывания» и т. д.

• Во-вторых, есть слова, заимствованные из иностранных языков, например «акцепт», «индоссамент», «аваль» и т. д.

• В-третьих, есть слова, которые в юриспруденции употребляются в другом значении по сравнению с обыденной речью. Например, слово «эмансипация» в гражданском праве означает не освобождение женщин и уравнивание их в правах с мужчинами, а приобретение подростком, не достигшим восемнадцати лет, полной дееспособности. Само же слово «дееспособность» означает не способность что-либо делать вообще, а способность своими действиями приобретать для себя права и обязанности и исполнять их. и т д

Таким образом, в качестве требования к языку закона можно выделить его краткость. Использование в тексте нормативно-правового акта языковых средств должно быть

максимально лаконичным и экономичным.Возможно, краткость языка и помогает в общении или понимании языка закона. Однако, более важным являются точность понятий определяемая тем или иным словом. А также доступность для понимания этих понятий для большинства людей.Иначе без профессионалов -юристов просто не разобраться.

Задачи портала - поисковые слова в контенте и размещение бизнес-сайтов под поисковые машины, таргетинг на пользователей и самостоятельная раскрутка в поисковых машинах. Поэтому очень важно составить основные требования к контенту, и это:

1. Адекватность контента ожиданиям посетителя-основное требование к контенту. В большинстве случаев посетитель приходит на сайты не читать. Его интересует конкретная информация - в контексте коммерческого сайта, - информация, необходимая для достижения одной из следующих целей:

- Получение из контента основных сведений на интересующую тему.
- Выбор товара или услуги, находящихся в сфере деятельности портала
- Выбор места, где можно приобрести товар или услугу известного формата.

Такой посетитель знает почти все; единственное, что ему нужно от сайта, - это подтверждение контентом страницы того, что купить товар или услугу он должен именно здесь. Такое подтверждение может заключаться и в выгодной цене, и в каких-то индивидуальных условиях сотрудничества, и в высокой авторитетности сайта, но в любом случае посетитель может получить его только через текстовый контент.

2. Специалист по контентной оптимизации должен организовывать текстовое наполнение страницы таким образом, чтобы посетитель сумел быстро разобраться в контенте, понять, что он тут увидит. Заметные заголовки, маленькие, четко понятные структурированные блоки с дальнейшим открытием на других страницах - вот самый типичный способ решения этой задачи. В общем случае внимание посетителя движется по странице определенным образом.

3. Оценка заголовка должна занимать не больше десяти секунд. Удобство визуального поиска по страницам должно располагать. Когда посетитель понимает, что его временем дорожат, он вполне способен задержаться на сайте и подольше в поисках нужной ему информации

4. Создавать привлекательность контента анонса

Функции портала

Главная цель проекта – воспитание надлежащего правосознания и правовой культуры у населения, реализация её социально значима в нескольких аспектах:

Во-первых, это обогащает внутренний, духовный мир человека;

Во-вторых, инициирует установку на правомерное поведение;

В-третьих, повышает гражданскую и правовую активность людей в делах государства и общества (особенно в сфере государственного управления, охраны правопорядка и осуществления правосудия);

В-четвертых, помогает полнее и эффективнее осуществлять свои права и обязанности;

В-пятых, активизирует правозащитное движение в стране.

Таким образом, можно выделить главные функции портала:

1. Предоставление оперативной и достоверной правовой информации

2. Оказание практической правовой помощи населению по соблюдению и защите своих прав (видео-консультации)

3. Изложение правовой информации доступным языком для населения

4. Создание профессиональной аттестованной базы юристов.

Требования к интерфейсу и дизайну интернет-портала

1. Доступность
2. Минимализм
3. Уверенность
4. Отзывчивость
5. Соответствие контексту
6. Эффективность
7. Снисходительность

Доступность — наиболее важный элемент дизайна. По сути, главная цель пользовательского интерфейса состоит в том, чтобы дать пользователям возможность легко управлять системой. Если люди не будут понимать, как работает ваше приложение, они будут только запутаны и в итоге разочарованы. Вот почему, разрабатывая интерфейс вашего приложения или веб-сайта, обязательно позаботьтесь чтобы он был интуитивно понятен вашем пользователям.

Минимализм. Большая загруженность — враг хорошего пользовательского интерфейса. Легко попасть в ловушку избыточной доступности — добавляя все больше и больше управляющих элементов, можно сделать огромную ошибку — загромождение интерфейса. Интерфейс растет, и пользователь будет вынужден много читать, чтобы понять что, где и для чего располагается. Делать вещи понятными, но с минимальной загруженностью. Если можно описать возможности одним предложением, вместо трех — это хорошо. Когда можно подписать элемент одним словом, вместо двух — это то, что нужно. Время пользователей нужно ценить, пусть удобство и минимализм требуют много

времени, но усилия будут вознаграждены

Уверенность. Почти все дизайнеры пытаются сделать интерфейсы «интуитивно понятными». Но что «интуитивно» в действительности означает? Это означает, что юзеры должны инстинктивно понимать и осмысливать возможности проекта. Но как мы можем сделать что-то интуитивно понятным? Вы воссоздаете знакомые для вас вещи, и то, что для вас может казаться очевидным, для пользователей может вызывать сложности. Попросите ваших родственников и друзей выполнить какие-либо действия через ваш интерфейс, например, заказать товар, если ваш интерфейс подразумевает продажу чего-либо. Следите за каждым кликом пользователя, за ошибками, которые он совершает. Таким образом, вы соберете ряд оплошностей в интерфейсе, которые усложняют взаимодействие системы с пользователем. И только после исправления проблемных мест, ваш интерфейс может быть готов к работе.

Отзывчивость означает несколько вещей. Интерфейс веб-сайта должен работать очень быстро. Длительное ожидание загрузки страницы раздражает. Позаботьтесь о том, чтобы сайт грузился максимально быстро, даже на несовременных интернет-каналах. Так же отзывчивость означает некоторую постоянную форму взаимодействия с пользователем. Интерфейс должен давать информацию пользователю о происходящем. Например, вы нажимаете кнопку отправки сообщения.

Эффективность. Пользовательский интерфейс — это инструмент управления. Он предоставляет доступ к различным функциям вашего приложения или веб-сайта. Хороший интерфейс должен давать возможность пользователю с наименьшим усилием выполнить интересующее его действие. Очень важно понять, что пользователь чаще всего хочет выполнить на определенной странице. Не нужно показывать весь список возможностей вашего проекта, чаще всего пользователю интересна только малая часть всего этого списка. Позаботьтесь о том, чтобы пользователь смог быстро найти наиболее полезные и самые востребуемые функции, это очень упростит его общение с проектом.

Снисходительность. Никто и ничто не совершенно. Пользователи будут допускать ошибки при знакомстве с вашим проектом. Это может происходить как по вашей вине, так и по вине пользователя. Вы должны грамотно обрабатывать все возможные ошибки — это будет одним из главных показателей качества вашего проекта. Не стоит наказывать пользователя — разработайте «снисходительный» интерфейс. Необходимо беречь данные от случайных действий пользователя. Например, если кто-то случайно удаляет важную информацию, предоставьте возможность ее восстановления.

Технические требования по созданию сайта:

1. Определить цели и задачи сайта. Составить список ключевых запросов для продвижения и всесторонне его оценить.
Без списка запросов невозможно сделать «правильный» сайт для дальнейшего продвижения в поисковиках!

2. Составить индивидуальную структуру навигации сайта: разделы-категории-страницы, с таким расчетом, чтобы правильно распределить поисковые запросы по страницам.
Неправильная структура и как следствие неправильное распределение запросов по страницам сильно ограничивает возможности продвижения!

3. Подобрать домен наиболее подходящий для продвижения.
Домен должен быть оформлен на имя Заказчика по ПРЯМОМУ договору с регистратором! В любом другом случае — исполнитель «страхуется» и вас ждут проблемы в будущем.

4. Дать рекомендации по наполнению сайта. Наполнить несколько страниц материалами, предварительно проверив их на уникальность.

5. Создать индивидуальный дизайн по требованиям и с учетом требований Яндекса.
Шаблонный дизайн, выпадающие блоки, скрытый текст или прокрутка — все это отрицательно сказывается на перспективах продвижения.

6. Кросс-браузерная верстка сайта. Сайт должен быть одинаково читабельным во всех популярных браузерах: IE8 IE9 Opera FF3 Chrome
Сайт должен корректно отображаться в любом браузере и при любом разрешении.

7. Установка сайта на популярный движок — мы рекомендуем CMS Bitrix или Joomla!
Главное чтобы движок был современным, с развитой тех.поддержкой и описанием. В противном случае будут проблемы с обновлением или внесением изменений.

8. Все пункты меню должны меняться из административной панели сайта. Все тексты и изображения на сайте должны меняться средствами Административного интерфейса.
Все описания, заголовки и Титлы должны так же меняться из админки. Все решения должны быть БАЗОВЫМИ без дополнительного программирования и изменения CMS. .

9. Внешний вид сайта должен полностью управляться через шаблон в CMS.
Например нужно
- иметь возможность сменить часть дизайна или весь - без изменения внутренней структуры сайта и/или переписывания CMS
- иметь возможность средствами админки размещать счетчики статистики
- иметь возможности управления расположения и публикации информационных блоков, а тка же менять их содержание и порядок.
- менять телефон в шапке и/или в подвале, а так же другие контактные данные (обычно программисты зашивают это в код страницы)

10. Настроить безопасность сайта. Разъяснить клиенту правила безопасного использования сайта. Иначе взломщики легко разместят на сайте вредоносный код.
В среднем взлому подвергается более 20% сайтов в интернете. Например на вашем сайте могут появиться скрытые внешние ссылки, которые продаются через биржу.

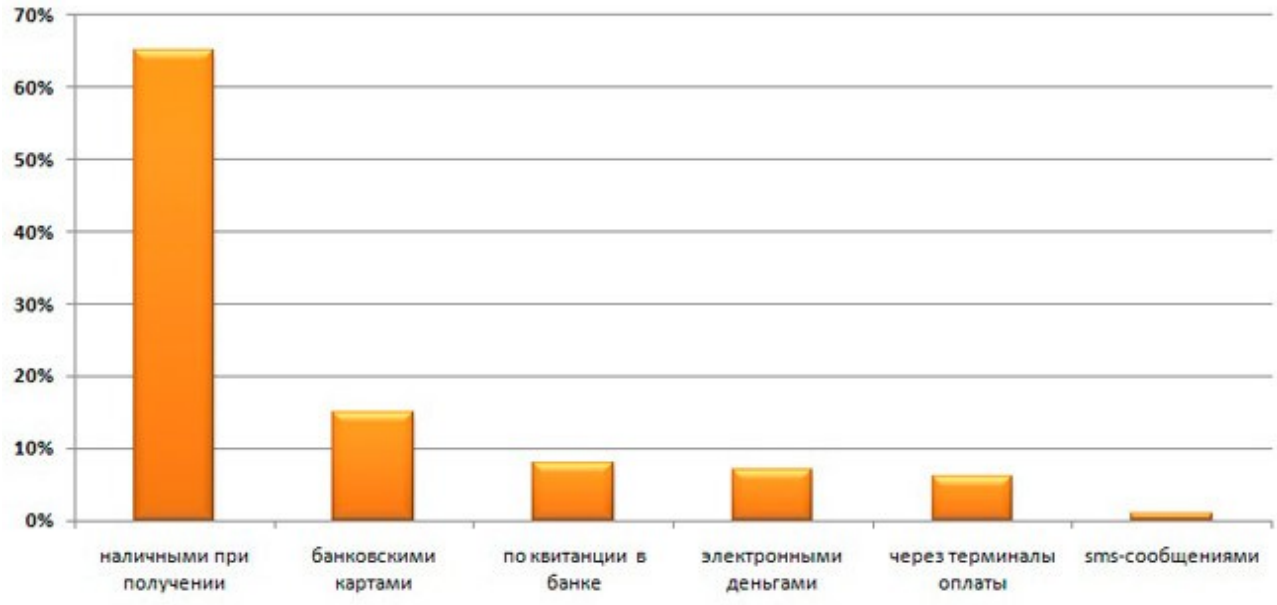
11. Установить расширение для «красивых» URL-ов (модуль ЧПУ). Настроить его для всех разделов-категорий-страниц сайта. Выстроить правильную структуру адресов внутренних страниц.
Необходим полный контроль над адресом каждой страницы, с возможностью ручной замены, автоматического редиректа, автоматического создания правильных адресов без лишних знаков и управления всеми мета-тегами на каждой странице.

13. Установить модуль для автоматического создания и обновления карты сайта.

14. Настроить интерфейс управления файлами.
Нужна возможность заливать файлы на сервер, например для фотогалереи — средствами админки (без использования FTP)

Способы оплаты услуг

Существует множество способов оплаты услуги - товара в интернете . Способ, которым вы будете принимать оплату, должен быть удобным для ваших покупателей. Чтобы не ошибиться с выбором, следите за основными трендами в электронной коммерции: как пользователи предпочитают оплачивать услуги? Какие системы популярны?



65% покупателей предпочитают платить наличными по факту . Для того, чтобы принимать такие платежи, нужно обеспечить курьерскую доставку.

Оставшиеся 35% покупателей предпочитают предоплату. В первую очередь, это банковские карты – 15% от всех платежей. Банковские карты сегодня есть почти у всех, однако многие пользователи считают, что использовать карту при оплате через интернет опасно. Тем не менее, это надежный и популярный способ, доля которого будет расти в ближайшие годы. Тем не менее, это один из надежных и популярных способов оплатить покупку в интернет магазине. Современный интернет-продавец должен принимать хотя бы 2 вида самых популярных карт – Visa и MasterCard.v 8% покупателей оплачивают заказ в банке по квитанции, выставленной магазином. Пользователи считают такой способ менее рискованным, чем оплата пластикой картой. Однако он менее удобен и делает процесс покупки более долгим. А для владельца организовать выставление квитанции при заказе проще всего – нужны только реквизиты счета.

7% посетителей интернет-магазинов используют электронные способы оплаты - электронные деньги (Яндекс.Деньги, Webmoney и др.). Это способ набирает популярность. У большинства платежных систем нет комиссии для покупателя, а комиссия для магазина обычно составляет 3-5%. Современные процессинговые центры принимают сразу несколько электронных валют и переводят полученные деньги на расчетный счет продавца. Способы оплаты в интернете очень удобны, а главное занимают очень мало времени.

6% пользуются платежными терминалами (Qiwi, Элекснет и другие). Это удобный способ, который быстро набирает популярность. Организовать прием таких платежей в интернет-магазине можно с помощью процессинговых центров

2.2 План маркетинга

Миссия проекта – развитие правовой грамотности населения, опровержение негативных стереотипов среди населения и потребителей услуг.

Задача — монетизация проекта, перманентное извлечение прибыли.

Главной задачей в достижении цели является создание информационного портала, гарантом качества информации на котором является публичное лицо — Трещев Александр Станиславович.

Анализ рынка

В настоящее время емкость рынка правовых информационных услуг составляет около 650 млн. долларов США, с годовым потенциалом роста порядка 15-20 процентов в течении последних нескольких лет. Объём правовых услуг посредством сети Интернет в 2012 году составлял около 350 млн. долларов, в 2013 году - около 425 млн. долларов, в 2014 году - около 510 млрд. долларов.

Динамика объема выручки крупных юридических Интернет-порталов в России в 2007-2014 гг. представлена на рисунке 2.

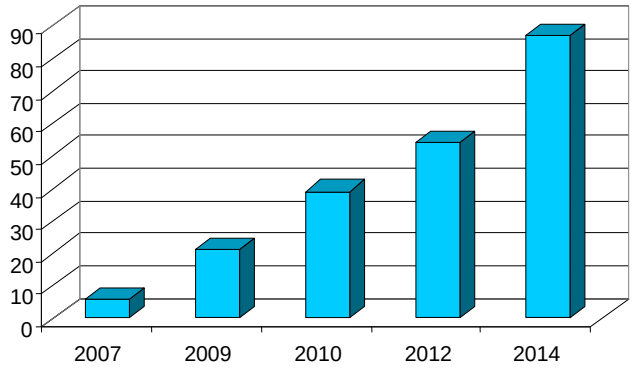


Рис. 2. Динамика объема выручки юридических Интернет-порталов в России в 2007-2014 гг.

Основой текущего спроса на консалтинговые услуги является предоставление заказчикам максимально широкого спектра услуг, охватывающего самые различные области правовой информации.

Отметим тот факт, что свыше половины всего объема российского рынка правовых информационных ресурсов приходится на долю Москвы.

Структура рынка правовых информационных услуг представлена на рисунке 3.

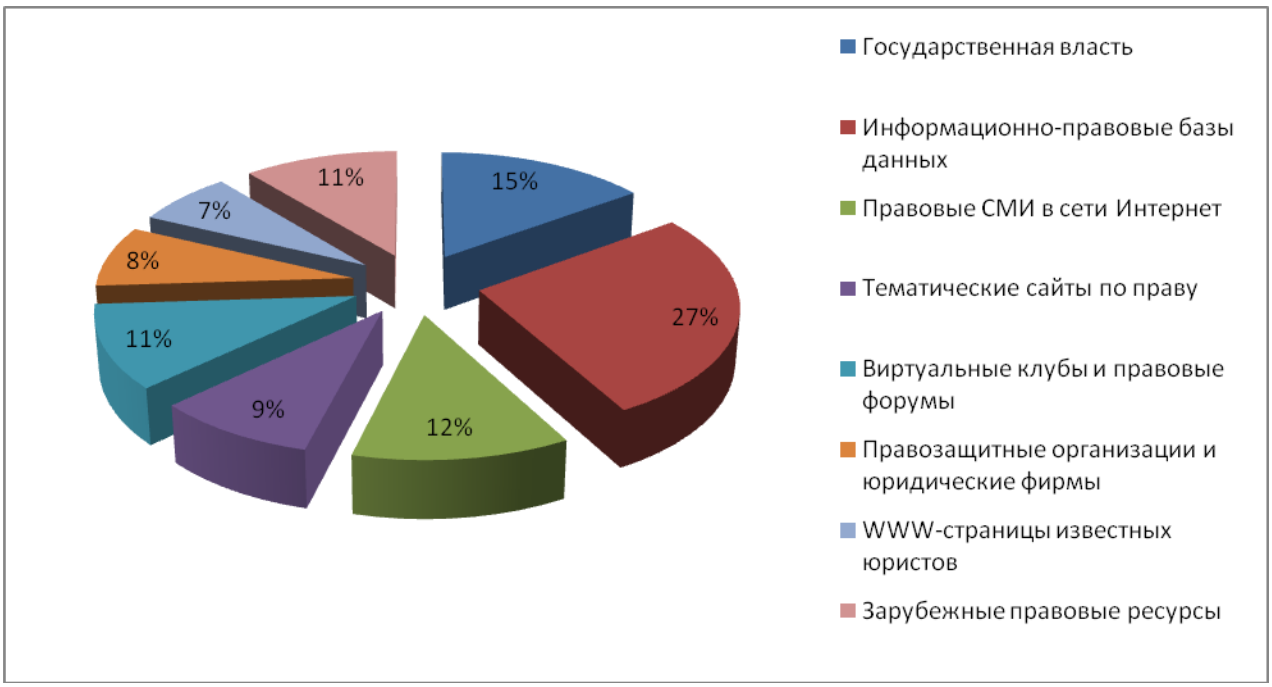


Рисунок 3. Структура рынка правовых информационных услуг

Анализ конкуренции

В настоящее олучить бесплатную юридическую консультацию в интернете можно по следующим адресам:

- Бесплатная юридическая консультация он-лайн - otvet.mail.ru
- Российская виртуальная консультация - newlegal.ru
- Правовой форум и консультации Мосгорсуда - mosgorsud.ru
- "Час суда" с Павлом Астаховым - chassuda.ru
- Консультация по защите прав потребителя - e1.ru
- Консультации по армии, призыву и отсрочки - voenkomat.ru
- Консультации по вопросам семьи и жилья - advokatura.info
- Адвокатский интернет-кабинет - law.muxe.com
- Консультации адвокатов по недвижимости - realtylaw.ru
- Где получить бесплатную юридическую on-line консультацию - genon.ru

Однако, зачастую юридическая помощь и правовая информация через бесплатные Интернет-ресурсы является недостоверной.

Рассмотрим двух основных конкурентов Интернет-портала «Народный адвокат»: Интернет-портал IUNET.RU и Интернет-портал PRAVO.RU

Проведем анализ конкурентных положений Интернет-портала «Народный адвокат» среди данных компаний по пятибалльной шкале в таблице 1.

Таблица 1

Анализ конкурентных положений Интернет-портала «Народный адвокат»

№ п\п	Фактор конкурентоспособности	«Народный адвокат»	IUNET.RU	PRAVO.RU
1	Качество юридических услуг	5	5	4
2	Ассортимент юридических услуг	5	4	4
3	Квалификация персонала	3	4	5
4	Финансовое состояние компании	4	5	5
5	Ценовая политика	4	4	4
6	Качество управления компанией	5	4	4
7	Стратегия маркетинга	4	4	4

Многоугольник конкурентоспособности Интернет-портала «Народный адвокат» представлен на рис. 4.

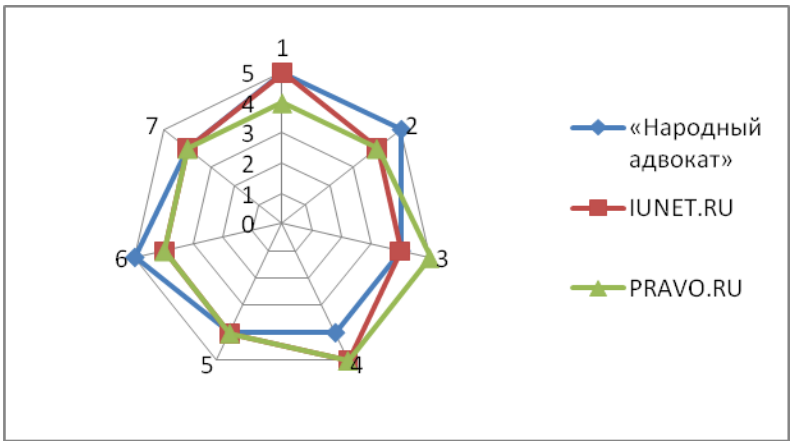


Рисунок 4. Многоугольник конкурентоспособности Интернет-портала «Народный адвокат»

Лидерства на рынке правовых интернет-услуг можно добиться двумя путями:

1. Произвести принципиально новую услугу;
2. Предоставляет более качественную существующую услугу.

Основные потребители

Ключевая аудитория проекта – «простые люди», пользователи интернета, желающие получить ответ на вопрос. Потребности этой аудитории имеют наибольшее значение, и портал должен быть ориентирован именно на них. Это портал для людей, дружественный и понятный обычным пользователям. Стратегия портала в ответе на вопросы простым и понятным языком с минимальным применением специальной терминологии. Именно эта стратегия является большим плюсом, выгодно отличающим проект «Народный адвокат» от похожих существующих и запускаемых проектов. Эта стратегия не подразумевает отсутствие другой важной для существования портала аудитории — юристов, но расставляет акценты и приоритеты, необходимые для принятия всех решений в процессе работы над проектом.

Цели потребителей услуг достигаются за счет предоставления следующих возможностей:

- Получить ответ на интересующий вопрос из статей на сайте и видео-консультаций Трещева.
- Обратиться с вопросом к сообществу юристов и получить ответ в онлайне.
- Найти юриста и обратиться к нему в оффлайне.

Второй по важности аудиторией являются юристы. Цель присутствия на портале юристов — заработать деньги, популяризовать себя, создать и поддержать репутацию.

Цель юриста достигается путем предоставления возможностей:

- Ведение активности на портале, ответы на вопросы потребителей услуг.
- Создание на портале своей визитной карточки.

На сегодняшний день функционирует много компаний, которые действуют в интернет пространстве и предоставляют услуги Интернет-порталов, большинство из них не чувствует конкуренции, так как рынок этот еще очень свободен. Этот бизнес долго окупается и требует большой объем инвестиций.

Товарная политика (предоставляемые услуги)

Товарная политика предприятия состоит в необходимости постоянного обновления и расширения ассортимента предоставляемых правовых и сопутствующих услуг.

Основные правовые услуги, предоставляемые Интернет-порталом «Народный адвокат» будут включать следующие направления:

1. Видео-консультации
2. Услуги по аттестации юристов
3. Услуги по предоставлению доступа к базе данных юристов
4. Услуги по разработке профиля юриста на портале
5. Услуги по предоставлению ответов на вопросы по различным правовым аспектам

Кроме того, предполагается предоставление сопутствующих услуг:

1. Услуги по рассылке правовой информации по e-mail
2. Размещение рекламы на Интернет-портале
3. Изготовление и размещение баннеров на Интернет-портале

Ценовая политика

Цена на предоставляемые услуги является одним из основных элементов сбытовой и маркетинговой деятельности любого предприятия. Уровень и соотношение цен оказывают большое влияние на объемы предоставляемых услуг.

Интернет-портал «Народный адвокат» будет устанавливать цены на свои услуги в среднем диапазоне цен, на аналогичные услуги.

Цены на услуги Интернет-портала «Народный адвокат» представлены в таблице 2.

Таблица 2

Цены на услуги Интернет-портала «Народный адвокат»

№ п/п	Наименование услуги	Цена, руб.
	Основные услуги	
1	Видео-консультации	300
2	Услуги по аттестации юристов	5 000
3	Услуги по предоставлению доступа к базе данных юристов	300
4	Услуги по разработке профиля юриста на портале	10 000
5	Услуги по предоставлению ответов на вопросы по различным правовым аспектам	200
	Дополнительные услуги	
6	Услуги по рассылке правовой информации по e-mail	500
7	Размещение рекламы на Интернет-портале	20 000
8	Изготовление и размещение баннеров на Интернет-портале	30 000

Рекламная кампания Интернет-портала

Конечным результатом инвестиционного проекта должно стать:

- достижение устойчивого объема предоставления правовых информационных услуг через Интернет-портал путем привлечения большого числа клиентов;
- удовлетворение спроса населения в достоверной правовой информации;
- получение прибыли, достаточной для погашения заемных средств и для дальнейшего развития Интернет-портала.

Для целей популяризации Интернет-магазина для привлечения клиентов и увеличения объема продаж используются два основных метода – проведение рекламной кампании и продвижение в поисковых системах.

На сегодняшний день существует множество способов заявить о себе на рынке: телевидение, радио, наружная реклама.

Однако если сравнивать расценки на минуту эфирного времени или размещение билборда, то наиболее выгодным окажется Интернет. Цена рекламы в сети, как правило, на порядок ниже, а увеличение продаж в несколько раз больше.

Чтобы продажи Интернет-портала начали расти, надо для начала заняться продвижением сайта.

Этот процесс проходит сразу в нескольких направлениях:

- создание имиджа компании,
- продвижение в поисковых системах,
- написание интересного и информативного контента,
- поддержка клиентов.

Кроме того, для того чтобы увеличить продажи можно прибегнуть к контекстной рекламе. В отличие от поисковой оптимизации, которая занимает довольно много времени, она дает видимый результат гораздо быстрее и ориентирована четко на целевую аудиторию.

На сегодняшний день Интернет является безусловным лидером в области увеличения продаж. Многие компании предпочитают сэкономить на содержании полного штата специалистов, создавая собственное сетевое представительство или Интернет-портал.

Условно Интернет-рекламу можно подразделить на два вида, это контекстная реклама, и медийная.

Контекстные системы рекламы представляют собой сервисы, способные показывать рекламные объявления максимально точно соответствующие по тематике страницам, на которых публикуются объявления. Это могут быть как поисковые системы, размещающие контекстную рекламу в результатах поиска, так и тематические порталы, предлагающие размещение текстовых объявлений на страницах своих каталогов услуг и товаров.

Медийная реклама - это вид рекламы направленный на повышение узнаваемости компании, на широкий охват аудитории, на большой трафик посетителей, который не обязательно будет конвертироваться так же хорошо как и контекстный трафик.

Поисковая (контекстная) реклама - это самый эффективный способ продвижения товаров и услуг в интернете, так как самыми посещаемыми сайтами во всем мире являются поисковые системы. 80% пользователей Интернета ищут нужную им информацию именно там.

Для реализации проекта по привлечению клиентов и увеличению продаж Интернет-порталу «Народный адвокат» требуется проведение комплексной рекламной кампании и продвижение портала в сети Интернет.

Расходы на проведение рекламной компании и продвижение портала «Народный адвокат» в сети Интернет представлены в таблице 3.

Таблица 3

Календарный график рекламной кампании Интернет-портала «Народный адвокат» в сети Интернет

Средство рекламы	Стоимость за ед., руб.	Месяц, количество сообщений												Итого затрат, руб.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
главный баннер на титульных страницах сайтов	385 в день	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	140525
средний или верхний баннер на страницах новостей	175 в день	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	63875
размещение цветной ссылки на сайт предприятия в списке «Ресурсы портала» на всех страницах www.marketgid.ru	3500 в месяц	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	42 000
Сумма затрат, руб.														**246400**

Таким образом, расходы на продвижение Интернет-портала в сети Интернет посредством комплексной рекламной кампании, составят 246 400 рублей.

2.3 Производственный план

Web-портал «Народный адвокат» будет иметь трехзвенную архитектуру. В ее основе будет лежать сервера с широкой полосой пропускания, работающий под началом SQL-серверов и Web-сервера IIS™.

Web-сервера будут работать на языках ColdFusion™ и ASP™.

Регистрационные БД портала будут поддерживать службу электронной почты, что позволит делать рассылать клиентам портала различную актуальную правовую информацию. При этом у клиентов будет возможность удалить свой email из БД портала.

Информационная архитектура будет охватывать пять основных зоны — зону «Видео-консультаций», зону «Народный адвокат в твоем городе», зону «Аттестация юристов и адвокатов», зону вспомогательных разделов Интернет-портала, зону «Оплаты»

.Для управления зоной «Оплаты» необходим сертификат Verisign™ и средства связи Cybercash™, которые необходимо приобрести на начальном этапе создания портала, поскольку на их инсталляцию уходит довольно много времени.

Остальные зоны будут управляться с помощью нескольких зеркальных серверов, которые будут объединять центральную и локальные базы данных. Это сервер будет скрыт от трафика в сети Internet. О его существовании не будут знать даже сотрудники компании.

Для открытия портала необходимо запустить шесть серверных машин – три для внутреннего пользования и три — для работы в сети Интернет (Web-сервера). Два Web-сервера образуют кластер для обработки трафика с помощью программ, написанных на языках ColdFusion™ и ASP™. Третий сервер будет служить SQL-сервером.

Учитывая бурный рост технологий, Интернет-порталу следует поддерживать гибкость структуры и постоянно обновлять оборудование. Предполагается, что полное обновление оборудования будет происходить один раз в год.

Для обеспечения непрерывной производительной работы Интернет-портала «народный адвокат» необходимо наличие высококвалифицированного персонала. Расчет потребностей в персонале, включая должностные оклады, представлен в таблице 4.

Вложения для разработки web–портала это только малая доля необходимых затрат для запуска собственного проекта, в то время, как большинство инвестиций будут вложены в другое, необходимое для современного проекта, оборудование. Согласно проведенным недавно исследованиям, каждые день интернет используют почти 4 млн. человек, (согласно тем же исследованиям было установлено что в России насчитывается практически 15 млн. человек, которые активно используют Интернет-ресурсы) Вероятно, что как минимум 2 млн.

пользователей могут являться потенциальными клиентами. В странах, где информационная инфраструктура более развита, число потенциальных клиентов еще больше, даже не смотря на то, что сама по себе цифра в 2 млн. уже не малая. Именно такое внедрение современных технологий в потребительскую сферу жизни человека заставляет множество предпринимателей задуматься о веб-сервисов. Некоторые решают открыть такой интернет сервис, ссылаясь на хороший опыт, пришедший к нам из запада, для того чтобы иметь большее представление о современном техническом прогрессе, и том, как он может отражается на работе нынешнего рынка. Другие предприниматели решают открыть торговый интернет-сайт для того, чтобы расширить возможности своего, уже существующего торгового бизнеса. Существуют так же люди, которые решают, что веб-приложение должено стать их основным источником прибыли, начиная создавать свой бизнес «с чистого листа».

Таблица 4

Расчет потребности в персонале для Интернет-портала

№ п/п	Персонал	Чел.	Оклад
	Основной производственный персонал		
1	Программист	3	18 000
2	WEB-дизайнер (баннеры и электронные издания)	1	15 000
3	Дизайнер по рекламе	1	15 000
4	Дизайнер по видео и flash	1	15 000
	Вспомогательный производственный персонал		
5	Администратор (модератор) Интернет-портала	2	13 000
6	Администратор форумов (модератор)	2	13 000
7	Менеджер по развитию и продвижению Интернет-портала	2	13 000
8	Менеджер по сбору и обработке правовой информации	2	13 000
9	Менеджер по подписке и электронным изданиям	2	13 000
	Административно-управленческий персонал		
10	Директор	1	35 000
11	Главный Бухгалтер	1	25 000
12	Начальник отдела продаж	1	25 000
13	Начальник отдела IT	1	25 000
14	Коммерческий директор	1	25 000
	Сбытовой персонал		
15	Менеджер по продажам рекламы на Интернет-портале	2	15 000
	Общая численность	**23**	

Годовой фонд оплаты труда представлен в Таблице 5.

Таблица 5

Годовой фонд оплаты труда

№ п/п	**Наименование**	**Сумма**
1	Основной производственный персонал	99 000
2	Вспомогательный производственный персонал	130 000
3	Административно-управленческий персонал	135 000
4	Сбытовой персонал	30 000
	Итого заработная плата (в месяц)	**394 000**
	Итого заработная плата (в год)	**4 728 000**

Расчет затрат на создание и продвижение Интернет-портала «Народный адвокат» представлен в таблице 6.

Таблица 6

Расчет затрат на создание Интернет-портала «Народный адвокат»

№ п/п	Статьи затрат	Затраты, руб.
1	Регистрация Интернет-Портала как СМИ, оформление пакета документов, уплата пошлин, получение лицензии на услуги передачи данных	90 000
2	Годовая стоимость аренды офиса и коммунальных услуг (150 кв. м.)	720 000
3	Персональные компьютеры для сотрудников	360 000
4	Приобретение и установка серверов	520 000
5	Программное обеспечение (офисное и специализированное)	110 000
6	Оргтехника (факсы и МФУ**)**	50 000
7	Прочие организационные расходы	36 000
8	Установка Мини АТС и телефонных аппаратов	25 000
9	Монтаж локальной компьютерной сети с доступом всех сотрудников к сети Интернет	12 000
10	Разработка дизайна, системы управления порталом, тестирование, доменное имя, хостинг (подробнее см. в разделе «Организационный план»)	4 679 222
	Итого:	**4 681 145**

Таким образом, сумма затрат на создание Интернет-портала «Народный адвокат», составит 4 681 145 рублей.

Проведем расчет переменных затрат и условно-постоянных затрат.

Переменные затраты – это та часть общих издержек, величина которых на данный период времени находится в прямой зависимости от объёма реализации услуг (оплата труда основного персонала, затраты на ремонт оборудования и т.п.).

Переменные затраты Интернет-портала «Народный адвокат» представлены в таблице

Таблица 7

Переменные затраты Интернет-портала «Народный адвокат»

№ п/п	Статьи затрат	Затраты, руб.
1	Затраты на оплату труда основного персонала	1 188 000
	Итого:	**1 188 000**

Таким образом, переменные затраты Интернет-портала «Народный адвокат» за один год реализации проекта составят 1 188 000 рублей.

Постоянные затраты не зависят от количества предоставляемых услуг. К подобным расходам можно отнести арендную плату за помещение, коммунальные услуги, оплата труда управленческого и вспомогательного персонала.

Постоянные затраты Интернет-портала «Народный адвокат» представлены в таблице

Таблица 8

Переменные затраты Интернет-портала «Народный адвокат»

№ п/п	Статьи затрат	Затраты, руб.
1	Годовая стоимость аренды офиса и коммунальных услуг (150 кв. м.)	720 000
2	Рекламная кампания	246 400
3	Затраты на оплату труда управленческого и вспомогательного персонала	3 540 000
	Итого:	**4 506 400**

Таким образом, переменные затраты Интернет-портала «Народный адвокат» за один год реализации проекта составят 4 506 400 рублей.

Основные правовые услуги, предоставляемые Интернет-порталом «Народный адвокат» будут включать следующие направления:

1. Видео-консультации
2. Услуги по аттестации юристов
3. Услуги по предоставлению доступа к базе данных юристов
4. Услуги по разработке профиля юриста на портале
5. Услуги по предоставлению ответов на вопросы по различным правовым аспектам

Кроме того, предполагается предоставление сопутствующих услуг:

1. Услуги по рассылке правовой информации по e-mail

2. Размещение рекламы на Интернет-портале

3. Изготовление и размещение баннеров на Интернет-портале

Календарный график предоставления услуг Интернет-портала «Народный адвокат» представлен в таблице 9.

Наименование услуги	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**Итого**
Основные услуги													
Видео-консультации	200	200	200	200	200	200	300	300	300	300	300	300	3 000
Услуги по аттестации юристов	30	30	30	30	30	30	35	35	35	35	35	35	390
Услуги по предоставлению доступа к базе данных юристов	100	100	100	100	100	100	150	150	150	150	150	150	1 500
Услуги по разработке профиля юриста на портале	15	10	10	10	10	10	20	20	20	20	20	20	185
Услуги по предоставлению ответов на вопросы по различным правовым аспектам	250	250	250	250	250	250	300	300	300	300	300	300	3 300
Дополнительные услуги													
Услуги по рассылке правовой информации по e-mail	80	80	80	80	80	80	120	120	120	120	120	120	1 200
Размещение рекламы на Интернет-портале	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	180
Изготовление и размещение баннеров на Интернет-портале	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

Таблица 9

Календарный график предоставления услуг Интернет-портала «Народный адвокат»

На основании календарного плана предоставления услуг (таблицы 9), а также цены данных услуг (см. таблицу 2) можно составить прогнозную выручку от предоставления услуг Интернет-порталом «Народный адвокат» (Приложение 1). Расчеты показали, что годовой объем выручки от реализации правовых и сопутствующих услуг на Интернет-портале «Народный адвокат» составят 9 618 000 рублей.

2.4 Организационный план

Стратегия запуска бизнес-плана по созданию Интернет-портала «Народный адвокат» состоит из трех этапов.

1. Подготовительный этап начинается 11 апреля 2015 года.

2. Первый этап. Запуск начинается 15 мая 2015 года.

Задача этапа — спланированное присутствие в интернете Александра Трещева, создание и популяризация его имени и концепции проекта, создание аудитории.

Концепция проекта — Александр Трещев хочет помочь людям, он народный адвокат, он близок к людям, он ведет диалог с ними. Ядро проекта — юридические статьи и видео-консультации от лица Александра Трещева, которые структурированы понятным образом и по которым создана понятная навигация.

В первом этапе доступ ко всей информации рекомендуется давать бесплатно.

Для поддержания концепции посетителям портала должна быть предоставлена возможность задавать вопросы в простой форме, при этом регулярно, раз в неделю, либо в другой период времени, Александр Трещев будет записывать новую консультацию в ответ на наиболее интересный вопрос (в действительности ролики записываются заранее и в ответ на вопрос из темы, которая минимально охвачена и которую наиболее выгодно развивать).

Для запуска этапа необходим минимум видео-консультаций (100 штук), которые будут досниматься по ходу работы портала «в ответ на вопросы людей», создавая тем самым ощущение «живости» проекта.

Для этой же цели предлагается от лица Трещева заявить, что ему для его дела народного адвоката требуются коллеги, и он открыто объявляет о наборе юристов в группу помощи населению (например, общество юристов «Народный адвокат»).

Форма отправки заявки должна быть видна пользователям, требования к претендентам и выгоды от вступления также должны быть заметны и прозрачны для всех. Посетители портала буду видеть, что на вопросы реально отвечает известный человек и что проект только набирает обороты.

Таким образом, по окончанию этапа достигаются следующие цели:

- Создание и поддержание аудитории портала. Люди знают, что для ответа на вопрос нужно обращаться к «Народному адвокату».

- Создание собственной статистики по запросам людей, активности, направлениям вопросов. Эта информация может быть использована для создания более качественной структуры предоставления информации во втором этапе.
- Создание стартовой группы юристов для второго этапа.

3. Второй этап заканчивается 1 августа 2011 года.

На втором этапе запускаются сервисы задания вопроса сообществу юристов, поиска по сообществу юристов для выбора юриста в режиме офф-лайн, регистрация юристов (аттестация).

Во время работ по второму этапу и после его запуска доснимается еще 200 роликов в дополнение к 100, снятым в первом этапе.

Сервис вопросов является платным, доступ к видео-консультациям становится также платным.

При этом рекомендуется не обременять пользователей регистрацией на сайте, а предоставлять услуги по разовым платежам посредством электронных платежей или другим простым образом.

На заданный платно вопрос могут отвечать все юристы, аттестованные по теме вопроса.

После получения ответа пользователю предоставляется возможность выбрать лучший ответ, качество ответов каждого конкретного юриста влияет на его рейтинг на портале, результаты выдачи в поиске юристов на портале и в конечном счете на достижение его основной цели — заработок денег.

Аттестация юристов происходит в контакте с аттестационной комиссией и путем предоставления реальных документов, подтверждающих компетенцию человека. В целях повышения репутации проекта не аттестованных юристов к активности на портале рекомендуется не допускать.

Стратегия развития после запуска описанных этапов — предоставление большего разнообразия он-лайн инструментов оказания юридических услуг, видео-консультации в реальном времени, виртуальные коллегии (объединения) и так далее.

Для своевременного запуска первого этапа, описанного в производственном плане, требуется ранее создание редакционной команды, которая подготовит первоначальный набор текстов и видео-консультаций. Тексты должны быть написаны в выдержанной стилистике и поддерживать эту стилистику на протяжении жизни портала, поэтому создание редакционной команды — отдельная задача, требующая внимания.

Календарная и сетевая модель бизнес-плана создания Интернет-портала «Народный адвокат»

Рассмотрим иерархическую структуру реализации бизнес-плана (см. Таблицу 10).

Таблица 10

Построение иерархической структуры реализации бизнес-проекта

№ п/п	Этап	Продолжительность выполнения работ, раб. дней
	Подготовительный этап	
1	1. Разработка интерфейса	15
2	2. Наладка сервера	5
3	3. Интеграция	5
4	4. Бета-тестирование	4
5	5. Отладка интерфейса	4
6	6. Пробный запуск	3
7	7. Совершенствование интерфейса	4
	Итого подготовительный этап	**39**
	Первый этап	
8	1. Проектирование всего портала, в контексте которого в первую очередь прорабатываются страницы первого этапа	16
9	2. Разработка Дизайн-концепции, разработка логотипа, дизайн главной страницы, задающей стилистическую концепцию всех последующих страниц портала	10
10	3. Структура информационных юридических материалов, включая видео-консультации и навигацию по ним	7
11	4. Дополнительные страницы – информационные страницы о проекте, страницы и интерфейсы задания вопроса и отправки заявки на вступление в клуб.	5
	Итого первый этап	**38**
	Второй этап	
12	1. Модуль аттестации юристов – форма связи с аттестационной комиссией, форма отправки необходимых документов.	7
13	2. База юристов – список юристов с сортировкой и модулем поиска по юристам.	8
14	3. Профиль юриста на портале – визитная карточка юриста со всей информацией по компетентности юриста, опыту работы, образованию, рейтингу на портале.	8
15	4. Модуль задания вопроса – реализация возможности создания вопроса для потребителей услуг, ответа на вопросы для юристов, выбора лучших ответов.	6
16	5. Биллинг – подключение биллинговой системы для оплаты сервисов задания вопроса и видео-консультаций.	4
	Итого второй этап	**34**
	Всего	**111**

Установим зависимость между комплексом работ, выразим ее в графическом виде в виде сетевого графика (см. Рисунок 5).

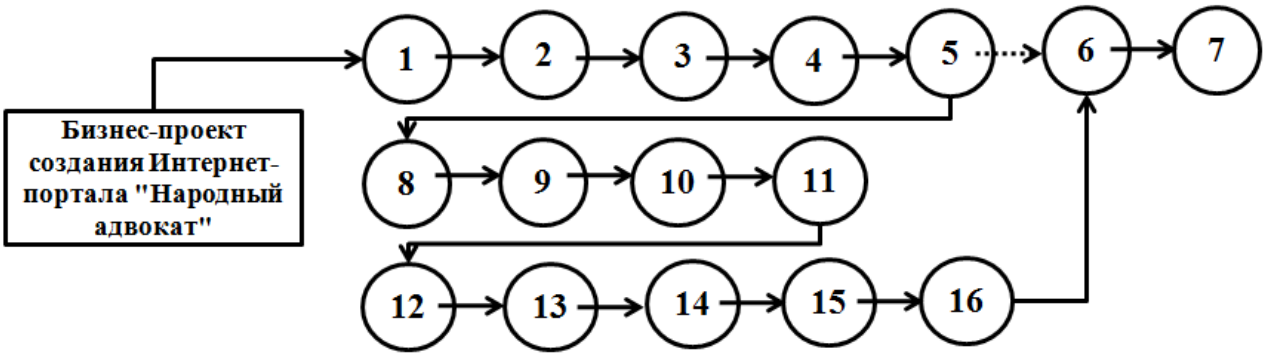


Рисунок 5. Сетевой график бизнес-плана Интернет-портала «Народный адвокат»

Далее составим календарный график реализации бизнес-проекта создания Интернет-портала «Народный адвокат» (см. Таблицу 11).

Таблица 11

Календарный график бизнес-плана создания Интернет-портала «Народный адвокат»

№ п/п	Этап	Начало	Продолжительность выполнения работ, раб. дней	Окончание
1	Разработка интерфейса	11.04.2011	15	25.04.2011
2	Наладка сервера	26.04.2011	5	30.04.2011
3	Интеграция	02.05.2011	5	06.05.2011
4	Бета-тестирование	07.05.2011	4	10.05.2011
5	Отладка интерфейса	11.05.2011	4	14.05.2011
6	Пробный запуск	26.07.2011	3	28.07.2011
7	Совершенствование интерфейса	29.07.2011	4	01.08.2011
8	Проектирование всего портала, в контексте которого в первую очередь прорабатываются страницы первого этапа	15.05.2011	16	30.05.2011
9	Разработка Дизайн-концепции, разработка логотипа, дизайн главной страницы, задающей стилистическую концепцию всех последующих страниц портала	31.05.2011	10	09.06.2011
10	Структура информационных юридических материалов, включая видео-консультации и навигацию по ним	10.06.2011	7	16.06.2011
11	Дополнительные страницы – информационные страницы о проекте, страницы и	17.06.2011	5	21.06.2011

	интерфейсы задания вопроса и отправки заявки на вступление в клуб.			
12	Модуль аттестации юристов – форма связи с аттестационной комиссией, форма отправки необходимых документов.	22.06.2011	7	28.06.2011
13	База юристов – список юристов с сортировкой и модулем поиска по юристам.	29.06.2011	8	06.07.2011
14	Профиль юриста на портале – визитная карточка юриста со всей информацией по компетентности юриста, опыту работы, образованию, рейтингу на портале.	07.07.2011	8	14.07.2011
15	Модуль задания вопроса – реализация возможности создания вопроса для потребителей услуг, ответа на вопросы для юристов, выбора лучших ответов.	15.07.2011	6	20.07.2011
16	Биллинг – подключение биллинговой системы для оплаты сервисов задания вопроса и видео-консультаций.	21.07.2011	5	25.07.2011
	Всего	11.04.2011	**111**	01.08.2011

Диаграмма Ганта по проекту представлена в Приложении 5.

Критический путь - максимальный по продолжительности полный путь в сети называется критическим; работы, лежащие на этом пути, также называются критическими.

Критическим путем бизнес-проекта создания интернет-портала «Народный адвокат» является весь проект.

Формирование команды бизнес-плана создания интернет-портала «Народный адвокат»

Организационная структура управления проекта включает в себя 15 специалистов в разных областях (см. Рисунок 6).

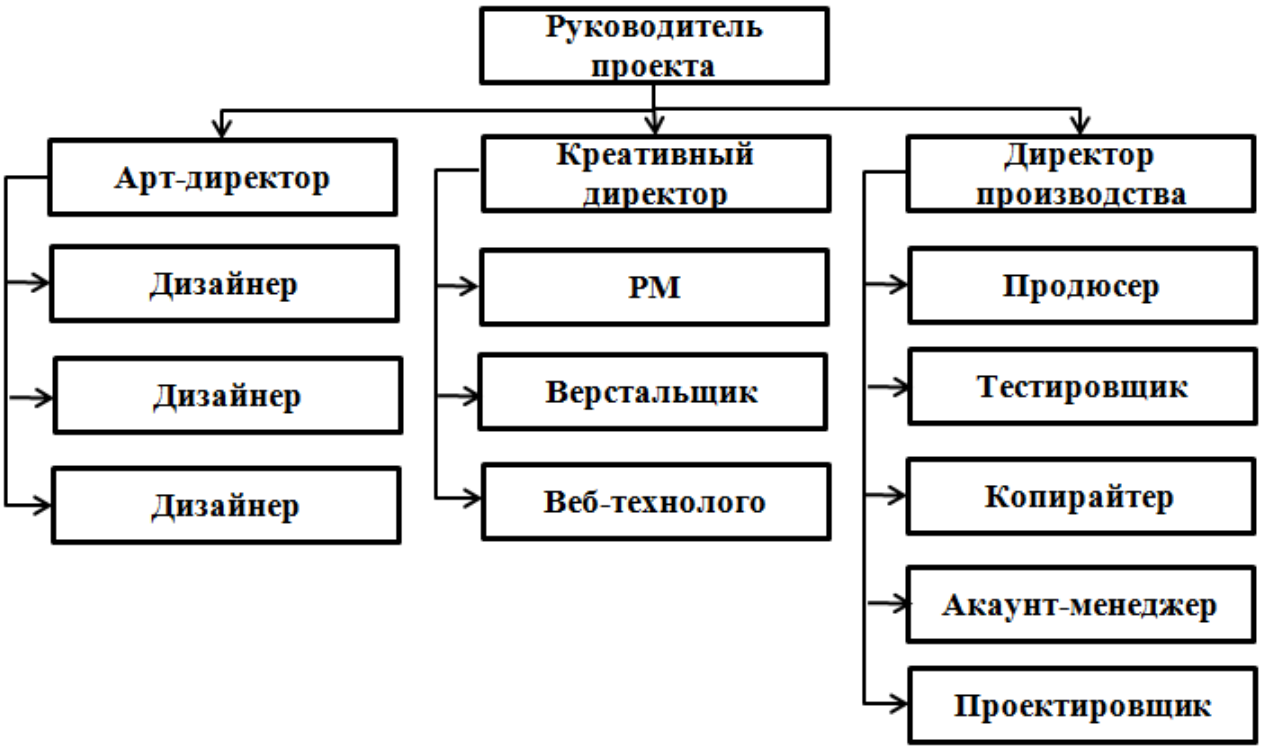


Рисунок 6. Организационная структура управления проекта

Ответственным за реализацию всего проекта является Руководитель проекта - Александр Трещев.

Ответственный за реализацию подготовительного этапа проекта – Директор производства.

Ответственный за реализацию первого этапа – Креативный директор.

Ответственный за реализацию второго этапа – Арт-директор.

Затраты бизнес-плана создания интернет-портала «Народный адвокат»

Рассмотрим затраты по каждому этапу реализации бизнес-плана Интернет-портала «Народный адвокат».

Затраты по реализации предварительного этапа бизнес плана складываются из следующих основных работ:

1. Разработка интерфейса

Проектировщик – 120 часов

Руководитель проекта – 24 часа

2. Наладка сервера

Продюсер – 40 часов

Тестировщик – 24 часа

Руководитель проекта – 8 часов

3. Интеграция

Продюсер – 40 часов

Веб-технолог – 32 часа

Руководитель проекта – 8 часов

4. Бета-тестирование

Тестировщик – 32 часа

Руководитель проекта – 8 часов

5. Отладка интерфейса

Продюсер – 32 часа

Веб-технолог – 24 часа

Руководитель проекта – 8 часов

6. Пробный запуск

Веб-технолог – 24 часа

Тестировщик – 24 часа

Руководитель проекта – 8 часов

7. Совершенствование интерфейса

Проектировщик – 32 часа

Продюсер – 24 часа

Руководитель проекта – 8 часов

Таким образом, затраты на проведение предварительного этапа создания Интренет-портала «Народный адвокат» представлены в таблице 12.

Таблица 12

Затраты на проведение предварительного этапа создания Интренет-портала

Ресурс	**Часы**	**Стоимость, руб.**
Руководитель проекта	72,00	145 757,14
Арт-директор	00,00	0
Дизайнер	00,00	0
Дизайнер	00,00	0
Дизайнер	00,00	0
Креативный директор	00,00	0
PM	00,00	0
Верстальщик	00,00	0
Веб-технолог	80,00	175 452,38
Директор производства	24,00	85 035,72
Продюсер	136,00	373 363,52
Тестировщик	80,00	156 189,60
Копирайтер	00,00	0
Аккаунт-менеджер	0,00	0
Проектировщик	152,00	304 104,50
Итого:	**520,00**	**1 239 902,86**

Затраты по реализации первого этапа бизнес проекта складываются из следующих основных работ:

1. Проектирование всего портала, в контексте которого в первую очередь прорабатываются страницы первого этапа

Проектировщик — 128 часов

Креативный директор — 80 часов

Руководитель проекта — 40 часов

2. Разработка Дизайн-концепции, разработка логотипа, дизайн главной страницы, задающей стилистическую концепцию всех последующих страниц портала

Арт-директор — 36 часов

Дизайнер — 80 часов

Копирайтер — 12 часов

Руководитель проекта — 32 часа

3. Структура информационных юридических материалов, включая видео-консультации и навигацию по ним

Арт-директор — 12 часов

Дизайнер — 56 часов

Копирайтер — 8 часов

Верстальщик — 32 часа

Веб-технолог — 56 часов

Тестировщик — 16 часов

Руководитель проекта — 24 часа

4. Дополнительные страницы – информационные страницы о проекте, страницы и интерфейсы задания вопроса и отправки заявки на вступление в клуб.

Арт-директор — 12 часов

Дизайнер — 40 часов

Копирайтер — 8 часов

Верстальщик — 32 часа

Веб-технолог — 32 часа

Тестировщик — 8 часов

Руководитель проекта — 24 часа

Таким образом, затраты на проведение первого организационного этапа создания Интренет-портала «Народный адвокат» представлены в таблице 13.

Таблица 13

Затраты на проведение первого организационного этапа создания Интренет-портала

Ресурс	Часы	Стоимость, руб.
Руководитель проекта	88,00	178 147,62
Арт-директор	60,00	161 964,29
Дизайнер	176,00	415 695,24
Дизайнер	0,00	0
Дизайнер	0,00	0
Креативный директор	80,00	283 452,38
Веб-технолог	100,00	219 315,48
Верстальщик	64,00	102 561,90
Директор производства	20,00	70 863,10
Продюсер	0,00	0
Тестировщик	0,00	0
Копирайтер	28,00	47 233,33
Аккаунт-менеджер	0,00	0
Проектировщик	128,00	256 088,00
Итого:	**744,00**	**1 735 321,33**

Затраты по реализации второго этапа бизнес проекта складываются из следующих основных работ:

1. Модуль аттестации юристов – ф*орма связи с аттестационной комиссией, форма отправки необходимых документов.*

Арт-директор — 8 часов

Дизайнер — 24 часа

Копирайтер — 4 часа

Верстальщик — 24 часа

Веб-технолог — 56 часов

Руководитель проекта — 32 часа

2. База юристов – список юристов с сортировкой и модулем поиска по юристам.

Арт-директор - 8 часов

Дизайнер — 40 часов

Копирайтер — 4 часа

Верстальщик — 32 часа

Веб-технолог — 64 часа

Руководитель проекта — 32 часа

3. Профиль юриста на портале – визитная карточка юриста со всей информацией по компетентности юриста, опыту работы, образованию, рейтингу на портале.

Арт-директор — 8 часов

Дизайнер — 40 часов

Копирайтер — 4 часа

Верстальщик — 40 часов

Веб-технолог — 64 часа

Руководитель проекта — 40 часов

4. Модуль задания вопроса – реализация возможности создания вопроса для потребителей услуг, ответа на вопросы для юристов, выбора лучших ответов.

Арт-директор — 8 часов

Дизайнер — 32 часа

Копирайтер — 4 часа

Верстальщик — 32 часа

Веб-технолог — 48 часов

Руководитель проекта — 32 часа

5. Биллинг – подключение биллинговой системы для оплаты сервисов задания вопроса и видео-консультаций.

Веб-технолог — 24 часа

Руководитель проекта — 16 часов

Таким образом, расходы на оплату труда сотрудников при проведении второго организационного этапа создания Интренет-портала «Народный адвокат» представлены в таблице 14.

Таблица 14

Затраты на проведение второго организационного этапа создания Интренет-портала

Ресурс	**Часы**	**Стоимость, руб.**
Руководитель проекта	256,00	518 247,62
Арт-директор	32,00	86 380,95
Дизайнер	136,00	321 219,05
Дизайнер	0,00	0
Дизайнер	0,00	0
Креативный директор	0,00	0
Веб-технолог	120,00	263 178,57
Верстальщик	128,00	205 123,81
Директор производства	32,00	113 380,95
Продюсер	0,00	0
Тестировщик	0,00	0
Копирайтер	16,00	26 990,48
Аккаунт-менеджер	40,00	67 476,19
Проектировщик	68,00	102 000,00
Итого:	**828,00**	**1 703 997,62**

Таким образом, итого затраты на проведение этапов реализации бизнес-плана Интернет-портала «Народный адвокат» составят 4 679 222 рубля.

Планируется, что фактически работа Интернет-портала «Народный адвокат» начнется сразу же по завершении второго этапа реализации проекта, то есть проведения пробного запуска и совершенствования интерфейса Интернет-портала.

Глава 3. Бизнес-план создания национального правового портала Народный адвокат

3.1 Резюме

Целью настоящей работы было разработать бизнес-план создания интернет-портала «Народный адвокат».

Куда обращаться наследнику для оформления наследства? Как решить трудовой спор? Какие требования к брачному договору?

Практика показывает, что с такими или подобными вопросами сталкивался каждый гражданин нашей страны. И в большинстве случаев мы испытываем бессилие и расстерянность: как решить проблему? что делать? куда обращаться? где узнать информацию? достоверна ли она? какие у меня есть права в этом случае? последовательность действий.

Все это кажется огромной неразрешимой проблемой. 90% населения нашей страны никогда не обращались к адвокатам или юристам. Существует предубеждение, о том что юридические услуги и консультации очень дороги. М кто может с уверенностью сказать, что тот или иной юрист может помочь, а не окажется очередным аферистом?

В следствии различных сомнений, люди никуда не обращаются, чем в большинстве случаев усугубляют сложность своих проблем.

Видение проекта: Интернет-портал «Народный адвокат» – это проект, задача которого оказать людям практическую помощь в решении правовых вопросов и изменить отношение к правовой системе.

Цели проекта:

- решение проблем правового нигилизма населения;
- повышение правовой грамотности населения;
- воспитание доверительного отношения к правовой системе.

Задачи проекта:

- создание действующего национального правового портала;
- предоставление оперативной и доверительной правовой информации;
- оказание практической правовой помощи населению по соблюдению и защите своих прав (видео-консультации);
- предоставление возможности получить видео-консультации по основным направлениям;
- изложение информации доступным языком;
- создание профессиональной аттестованной базы юристов.

Необходимые инвестиции – 10 375 545 рублей

Запас финансовой прочности проекта – 52%

Чистый дисконтированный доход (NPV) проекта – 1 126 726 руб.

Индекс рентабельности – 1,62

Дисконтированный срок окупаемости 3,512 года.

Внутренняя норма рентабельности – 61,08%

3.2 Содержание бизнес-плана

Содержание бизнес-плана должно раскрывать следующие основные разделы:

1. Описание сути предлагаемой идеи (разработки), методов достижения конечных результатов и основных этапов реализации идеи (разработки).
2. Описание планируемой к производству продукции/услуги;
3. Анализ внешней среды (анализ потребителей; анализ конкурентов; анализ конъюнктуры рынка и тенденций на нём; анализ общих условий сбыта и организации продвижения продукции на рынок);
4. Расчет технико-экономических показателей:

- Инвестиционные и текущие затраты;
- Расчет рентабельности
- Прогнозный план прибыли и/или движения денежных средств на первый год реализации проекта;

5. Анализ и оценка рисков.

Бизнес-план Интернет-портала «Народный адвокат» содержит все вышеперечисленные разделы.

Описание планируемой к реализации услуги Интернет-портала представлено в соответствующем разделе «Описание услуги и ее особенности».

Описание идеи разработки, а также методов достижения конечных результатов описаны в разделе «Производственный план».

Раздел «Организационный план» содержит информацию об основных этапах реализации идеи.

Анализ внешней среды бизнес-плана проведен в разделе «Маркетинговый план».

Расчет технико-экономических показателей бизнес-плана представлен в разделе «Оценка эффективности бизнес-плана».

Анализ рисков проведен в разделе «Анализ предпринимательских рисков и безубыточности».

3.3 Оценка эффективности плана

Оценку эффективности бизнес-плана начинают с составления финансового плана.

Повышение уровня доходности Интернет-портала «Народный адвокат» основывается на предусмотренном бизнес-планом привлечения большого количества клиентов и увеличении объемов реализации предоставляемых правовых услуг.

В соответствии с приведенными в Производственном плане данными, распределение финансовых ресурсов для бизнес-проекта Интернет-портала «Народный адвокат», выглядит следующим образом:

Общая стоимость создания и продвижения Интернет-портала «Народный адвокат» – 100% (10 375 545 рублей).

Объем собственных средств учредителей – 4 000 000 рублей (38,55%)

Объем заемных средств – 6 375 545 рублей (61,45%).

Заемные средства в объеме 6 375 545 рублей кредитуются на 2 года под 16% годовых с ежемесячным погашением процентов по кредиту (см. Приложение 2).

Итого затраты на выплату кредита и процентов по кредиту составят 3 697 817 рублей за год реализации бизнес-проекта.

Заемные средства погашаются за счет собственных средств, остающихся у предприятия после расчета с контрагентами, а также государственными и местными органами. В то время как проценты по кредиты, выплачиваются до уплаты налогов.

Проведем расчет бюджет доходов и расходов бизнес-проекта Интернет-портала «Народный адвокат» (Приложение 3).

Далее необходимо провести расчет денежных потоков реализации бизнес-проекта Интернет-портала «Народный адвокат» (Приложение 4).

После составления финансового плана необходимо произвести расчет эффективности данного бизнес-проекта.

Для начала необходимо определить ставку дисконтирования.

Для определения ставки дисконтирования для дальнейшего расчета показателей эффективности инновационного проекта воспользуемся методом определения средневзвешенной стоимости капитала (WACC), рассчитанной за полугодие.

Для начала рассчитаем ставку капитализации (см. таблицу 14).

Таблица 14

Расчет ставки капитализации

№	Расчет	Этапы определения ставки капитализации	Значение, %
1.		Безрисковая ставка дохода на капитал (средняя ставка доход по валютным депозитам)	3,69
2.	+	Надбавка на оценку альтернативных издержек за размер предприятия.	6
3.		Другие факторы альтернативных издержек:	
	+	оценка отраслевых альтернативных издержек.	5
	+	оценка финансовых альтернативных издержек	3
	+	разнообразность деятельности	5
	+	компетенция менеджмента	5
	=	Ставка дисконтирования для чистой прибыли	27,69
4.	–	Средний темп прироста чистой прибыли	10
	=	Коэффициент капитализации чистой прибыли в среднем за год	17,69

Уровень инфляции за 2010 год составил 8,7% в годовом выражении.

Таким образом, рассчитаем стоимость собственного капитала Интернет-портала за полугодие по формуле:

$r_c = (D + P_1; – P_0) / P_0$ (1)

D — средневзвешенная величина собственного капитала с учетом ставки капитализации (17,69%) = 4 707 600 руб.

P_0 — средневзвешенная величина собственного капитала 4 000 000 руб.

P_1 — средневзвешенная величина собственного капитала с учетом инфляции (8,7 %) = 3 652 000 руб.

$r_c = (4\ 707\ 600 + 3\ 652\ 000 – 4\ 000\ 000) / 4\ 000\ 000$

$r_c = 8{,}99\ \%$

$E_{wacc} = r_c g_c + (1 – \delta \max[k/ r_c]) r_k g_k$ (2)

где r_c — стоимость собственного капитала;

r_k — стоимость заемного капитала (ставка процента по займу);

g_c — доли собственного в общем капитале проекта;

g_k — доля заемного капитала в общем капитале проекта.

δ — ставка налога на прибыль;

k — ставка процента, в пределах которого проценты по займу могут уменьшать налогооблагаемую прибыль (ставка рефинансирования ЦБ РФ (7,75%), увеличенной в 1,1 раза).

$$E_{wacc} = (4000000*0,3855 + (1 – 0,20*0,08525/0,6145) * 6375545* 0,16)/ 10375545$$

$$E_{wacc} = 24,42\ \%$$

Рассчитаем чистый дисконтируемый доход (NPV) по чистой прибыли при норме дисконта (E) равной 24,42 %.

$$NPV = \Sigma(R_t\text{-}3_t) \times 1 / (1 + E)^t \qquad (3)$$

NPV = 1 126 726 рублей

Чистый дисконтируемый доход за время реализации проекта составил 1 126 726 рублей, что свидетельствует о превышении денежного потока полученного при реализации проекта над первоначальными вложениями и говорит о целесообразности принятия решения о финансировании и реализации проекта.

Рассчитаем индекс доходности (PI)

$$PI = (NPV/ \sum INV/ (1 + E)t \qquad (4)$$

PI = 1,62

т.к. 1,62 >1, бизнес-проект Интернет-портала «Народный адвокат» по критерию PI является привлекательным.

Рассчитаем внутреннюю норму рентабельности (IRR):

$$IRR = E_1 + (E_2 – E_1) * (NPV– INV)_1 / ((NPV– INV)_1 – (NPV– INV)_2) \qquad (5)$$

где $E_1 = 24,42\%$, $E_2 = 50\%$, $(NPV– INV)_1$ – при E_1, $(NPV– INV)_2$ – при E_2

IRR = 61,08 %

Расчет окупаемости проекта

Капитальные вложения	10 375 545	
Среднемесячный доход за вычетом налогов	276 726	
Срок окупаемости	**37,5**	**мес.**
	3,12	**года**

Рентабельность вложений

поступления за период	18 435 545
расходы за период	12 305 056
финансовый результат	6 130 489
Рентабельность вложений	**59,06 %**

Прогнозные показатели эффективности бизнес-проекта

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	24,42
Период окупаемости - PB, мес.	37,5
Чистый дисконтируемый доход - NPV, руб.	1 126 726
Индекс прибыльности - PI	1,62
Рентабельность вложений, %	59,06

Выводы:

Период расчета интегральных показателей – 12 месяцев

Срок окупаемости проекта, рассчитанный по показателям чистой прибыли и объема инвестиций, составляет 37,5 месяца.

Ставка дисконтирования, рассчитанная из средневзвешенной стоимости капитала составляет 24,42 %.

Дисконтированный доход бизнес-проекта Интернет-портала «Народный адвокат» составляет 1 126 726 рублей, что свидетельствует о превышении денежного потока полученного при реализации проекта над первоначальными вложениями и говорит о целесообразности принятия решения о финансировании и реализации проекта.

По индексу прибыльности (1,62) проект является привлекательным.

Согласно расчетным данным срок погашения кредита (в размере 6 375 545 000 руб.) и процентов по кредиту (16% годовых) составит 2 года. При чем в течение всего периода реализации проекта предприятие будет получать небольшой объем прибыли, который может служить гарантом доходности данного вида бизнеса. В дальнейшем объем прибыли будет значительно выше.

Общая рентабельность вложений инвестиций в реализацию данного проекта составляет 59,06 % годовых.

3.4 Анализ предпринимательских рисков и безубыточности

Основные риски, связанные с бизнес-планом Интернет-портала «Народный адвокат», а также мероприятия, снижающие отрицательное воздействие риска, представлены в Таблице 15.

Таблица 15

Риски бизнес-проекта создания Интернет-портала «Народный адвокат»

Наименование риска	Сущность риска	Мероприятия
Атака хакеров	Кража базы данных, внесение путаницы в данные о заказах, отправках, расчетах	Средства обеспечивающие безопасность электронных средств информации. Интегрирование в интернет-портал новейших защитных разработок
«Баги» - ошибки чаще всего сделанные разработчиками иза которых программа ведет себя не предсказуемо как правило такие ошибки чаще всего встречаются в дизайне или исходном коде	В некоторый момент, при определенных условиях Ваш сайт «откажется» работать. А поскольку никто не любит ждать, то каждая минута простоя – это убытки. И ваши потенциальные и реальные клиента запросто могут уйти к конкуренту	Быстро работающая служба тех поддержки или просто сапорт. Техническая поддержка – это гарантия не только того, что в случае обнаружения ошибки вам помогут специалисты, но также и своего рода психологическая поддержка.
Покупка «кота в мешке»	Приобретение заведомо плохого программного продукта	Бесплатный тестовый показ и гарантия возврата денег – это возможность «примерить» программное обеспечение на свой бизнес.
Клиенты легко приходят и уходят	Уход клиентов к конкурентам	Программное обеспечение, которое позволяет отслеживать посетителей вашего сайта – по полу, возрасту, профессии, месту жительства и т.п., а также добавляется интерактивность

Далее проведем расчет точки безубыточности – объема реализации услуг, при котором прибыль предприятия равна суммарным затратам. Иногда ее также называют критическим объемом: ниже этого объема предприятие становится нерентабельным.

Точка безубыточности за первый год:

$$Qб = \frac{Зпост}{(С - Зпер)}, \quad (6)$$

где Qб – точка безубыточности, ед.;

Зпост – постоянные издержки за анализируемый период, руб.;

Зпер – переменные издержки на ед., руб. (согласно финансовому плану);

С – стоимость ед., руб. (средняя исходя из объема)

Зпост = 2 161 572 * 4 = 8 646 288 руб. (см. таб.3.5)

Зпер = 1 653 166 * 4 = 6 612 664 руб. (см.таб.3.5)

Qб = 8 646 288 / (1 500 – 6 612 664 / 21 173)

Qб = 8 646 288 / (1 500 – 312)

Qб = 8 646 288 / 1 188 = 7 278

Таблица 16

Расчет точки безубыточности за шаг расчетного периода (за 1 год)

Показатель	**Значение, руб.**
Переменные затраты (на единицу), руб.	200,40
Постоянные затраты в расчете на годовой объем реализации услуг, руб.	4 506 400
Сумма постоянных и переменных затрат за год, руб.	5 694 400
Стоимость единицы (усредненная), руб.	2 034,39
Выручка, руб.	12 060 000

Построим график безубыточности за первый год работы Интернет-портала «Народный адвокат» (см. рис. 4.1.), из расчета, что за первый год работы Интернет-портал «Народный адвокат» реализует 5 928 единиц услуг (усредненная стоимость единицы = 2 034,39 рублей).

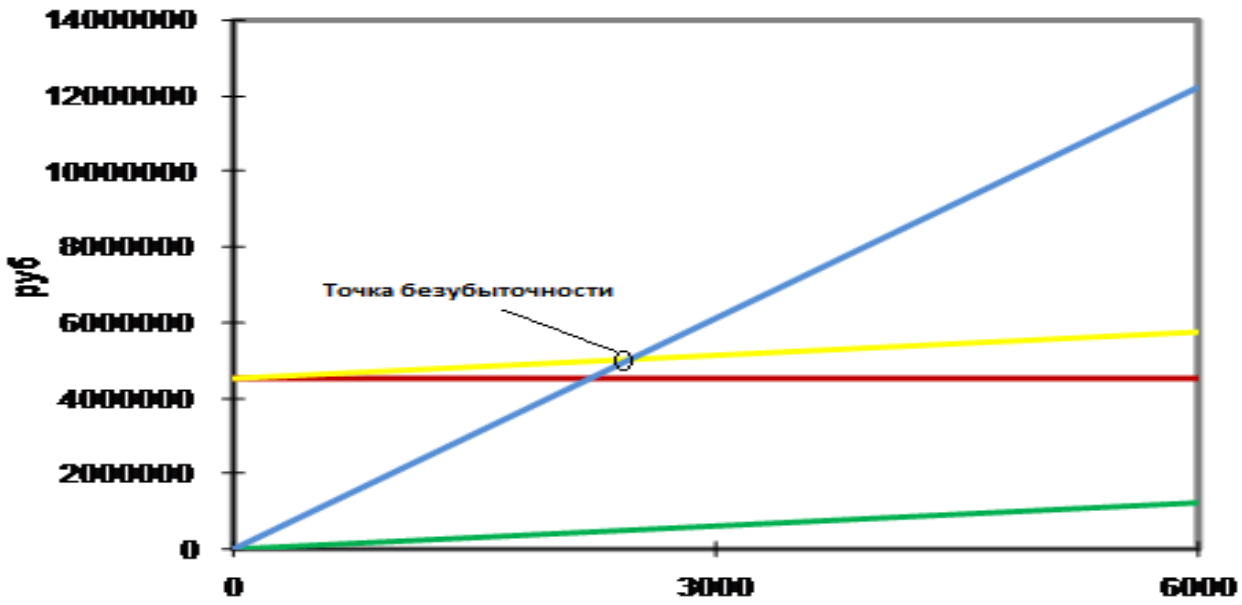


Рисунок 4. График точки безубыточности

Из графика видно, что Интернет-портал «Народный адвокат» становится безубыточным в случае реализации 2 845 единиц услуг. При усредненной стоимости единицы услуги 2 034,39 рублей это составит 5 787 840 рублей в год.

Рассчитаем запас финансовой прочности. Запас финансовой прочности показывает, какое минимальное снижение объема производства предприятие может допустить, чтобы не стать убыточным. Чем выше запас финансовой прочности, тем ниже предпринимательский риск.

F – запас финансовой прочности F = D – P, F%= (D – P) /D * 100,

где D – выручка предприятия (Q план),

P – выручка предприятия в точке безубыточности (Q min)

F = 12 060 000 – 5 787 840 = 6 272 160,

F% = (12 060 000 – 5 787 840) / 12 060 000 * 100% = 52 %

Таким образом, запас финансовой прочности бизнес-проекта Интернет-портала «Народный адвокат» составляет 52%.

Заключение

Сегодня возможности сети Интернет используется в наименьшей степени как средство связи и максимально – как мощнейший инструмент для решения маркетинговых задач любой компании.

Интернет-портал является универсальным инструментом для расширения клиентской базы и увеличения роста продаж товаров и услуг.

Существует множество способов увеличить продажи. Вот только в кризис многие из них оказались неэффективны. Однако даже в это смутное время можно не только удержаться на плаву, но даже неплохо заработать.

В настоящей дипломной работе был рассмотрен бизнес-проект создания Интернет-портала «Народный адвокат».

Срок окупаемости проекта, рассчитанный по показателям чистой прибыли и объема инвестиций, составляет 37,5 месяца.

Ставка дисконтирования, рассчитанная из средневзвешенной стоимости капитала составляет 24,42 %.

Дисконтированный доход бизнес-проекта Интернет-портала «Народный адвокат» составляет 1 126 726 рублей, что свидетельствует о превышении денежного потока полученного при реализации проекта над первоначальными вложениями и говорит о целесообразности принятия решения о финансировании и реализации проекта.

По индексу прибыльности (1,62) проект является привлекательным.

Согласно расчетным данным срок погашения кредита (в размере 6 375 545 000 руб.) и процентов по кредиту (16% годовых) составит 2 года. При чем в течение всего периода реализации проекта предприятие будет получать небольшой объем прибыли, который может служить гарантом доходности данного вида бизнеса. В дальнейшем объем прибыли будет значительно выше.

Общая рентабельность вложений инвестиций в реализацию данного проекта составляет 59,06 % годовых.

Запас финансовой прочности бизнес-проекта Интернет-портала «Народный адвокат» составляет 52%.

Список литературы

1. Александер, Г., Инвестиции / Г. Александер, Дж. Бэйли, Уильям Ф. Шарп. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 378 с.
2. Ардзинов, В.Д. Как составлять и проверять строительные сметы. 2-е изд., дополненное / В.Д. Ардзинов. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.
3. Бандурин, А.В. Стратегический менеджмент организации / А.В.Бандурин, Б.А. Чуб. – М.: ЮНИТИ, 2010. – 422 с.
4. Баринов, В.А. Бизнес-планирование / В.А. Баринов. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 411 с.
5. Баринов, В.А. Стратегический менеджмент / В.А. Баринов, В.Л.Харченко. – М.: Инфра-М, 2008. – 602 с.
6. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Л.Е.Басовский. – М.: Инфра-М. – 2010. – 260 с.
7. Бекетова, О.Н. Бизнес-планирование. Конспект лекций. / О.Н. Бекетова. – М.: Эксмо, 2009. – 160 с.
8. Бекетова, О.Н. Бизнес-план: теория и практика / О.Н. Бекетова, В.И.Найденков. – М.: Приор-издат, 2008. – 288 с.
9. Булатов, А.С. Экономика: учебник / А.С. Булатов. – М.: Инфра-М, 2009. – 267 с.
10. Бочаров, В.В. Инвестиции: учебник для вузов / В.В. Бочаров. – М.: Проблемы, 2009. – 288 с.
11. Бочаров, В.В. Финансовый анализ. Краткий курс. 2-е изд. / В.В. Бочаров. – СПб. : Питер, 2008. – 240 с.
12. Валдайцев, С.В. Инвестиции: учебник для вузов. Изд. 2-е, перераб., доп. / С.В. Валдайцев, А.Ю. Андрианов, П.В. Воробьев. – М. : Проспект, 2010. – 440 с.
13. Винокуров, В.А. Организация стратегического управления на предприятии / В.А. Винокуров. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2009. – 310 с.
14. Герчикова, В.И. Маркетинг: организация, технология / В.И. Герчикова. – М.: Высшая школа, 2008. – 245с.
15. Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань. – Ростов н/Д.: Феникс, 2008. – 326 с.

16. Голубков, Е.П. Маркетинг: Выбор лучшего решения / Е.П. Голубков. – М.: Экономика, 2007. – 365с.

17. Горемыкин, В.А. Стратегия развития предприятия / В.А. Горемыкин, Н.В. Нестерова. – М.: Дашков и Ко. – 2008. – 594 с.

18. Горфинкель, В.Я. Экономика организаций (предприятий): учебник для вузов / В.Я. Горфикель. – М.: АСТ, 2008. – 335 с.

19. Грибов, В.Д. Основы бизнеса: учебное пособие / В.Д. Грибов. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 245с.

20. Дыбаль, С.В. Финансовый анализ: теория и практика / С.В Дыбаль. – М.: Цена: Бизнес-пресса, 2010. – 264 с..

21. Крутякова, Ю.А. Бизнес-планирование / Ю.А. Крутякова, С.Р. Юсупова. – М.: Проспект. – 2008. – 352 с.

22. Любанова, Т.П. Бизнес-план / Т.П. Любанова, Л.В. Мясоедова, Т.А. Грамотенко, Ю.А. Олейникова. – М.: ПРИОР, 2007. – 513 с.

23. Наумов, В.Н. Организация предпринимательства: учебное пособие / В.Н. Наумов. – СПб. : Питер, 2009. – 384 с.

24. Попов, В.М. Бизнес-планирование. Учебник / В.М. Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодик. – М.: Финансы и статистика. – 2006. – 816 с.

25. Попов, В.М. Финансовый бизнес-план / В.М. Попов, С.И. Ляпунов. – М.: Финансы и статистика. – 2007. – 464 с.

26. Просветов, Г.И. Бизнес-планирование. Задачи и решения / Г.И.Просветов. – М.: Альфа-пресс. – 2007. – 256 с.

27. Раицкий, К.А. Экономика предприятия / К.А.Раицкий. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2010. – 387 с.

28. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш.Лазовский, Е.Б.Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 569 с.

29. Ронда, А. Бизнес-план за один день: правильно и быстро / А. Ронда. – СПб.: Питер, 2009. – 192 с.

30. Сергеев, А.А. Экономические основы бизнес-планирования / А.А. Сергеев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 411 с.

31. Скамай, Л.Г. Экономический анализ деятельности предприятий / Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 296 с.

32. Финансовый менеджмент / Под ред. А.М. Ковалевой. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 284 с.

33. Хеннер, Ш. Экономика предприятия: учебник для вузов. 15-е изд. / Ш. Хеннер. – М.: Инфра-М, 2008. – 878 с.

34. Черняк, В.З. Бизнес-планирование: Учебник для вузов / В.З. Черняк. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 470 с.

Наименование услуги	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**Итого**
Основные услуги													
Видео-консультации	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	90 000	90 000	90 000	90 000	90 000	90 000	900 000
Услуги по аттестации юристов	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	175 000	175 000	175 000	175 000	175 000	175 000	1 950 000
Услуги по предоставлению доступа к базе данных юристов	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	45 000	450 000
Услуги по разработке профиля юриста на портале	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	200 000	2 100 000
Услуги по предоставлению ответов	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	50 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	660 000
Дополнительные услуги													
Услуги по рассылке правовой информации по e-mail	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000	600 000
Изготовление и размещение рекламы на Интернет-портале	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	3 600 000
Изготовление и размещение баннеров на Интернет-портале	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	150 000	1 800 000
Итого:	**930 000**	**930 000**	**930 000**	**930 000**	**930 000**	**930 000**	**1 080 000**	**1 080 000**	**1 080 000**	**1 080 000**	**1 080 000**	**1 080 000**	**12060000**

Приложение 1. Прогнозная выручка реализации бизнес-проекта создания Интернет-портала «Народный адвокат»

Приложение 2. График погашения задолженности по кредиту

Наименование показателя	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**Всего**
Затраты на выплату основного долга по кредиту	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	3 187 773
Затраты на выплату % по кредиту	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	510 044

Приложение 3. Бюджет доходов и расходов бизнес-проекта создания Интернет-портала «Народный адвокат»

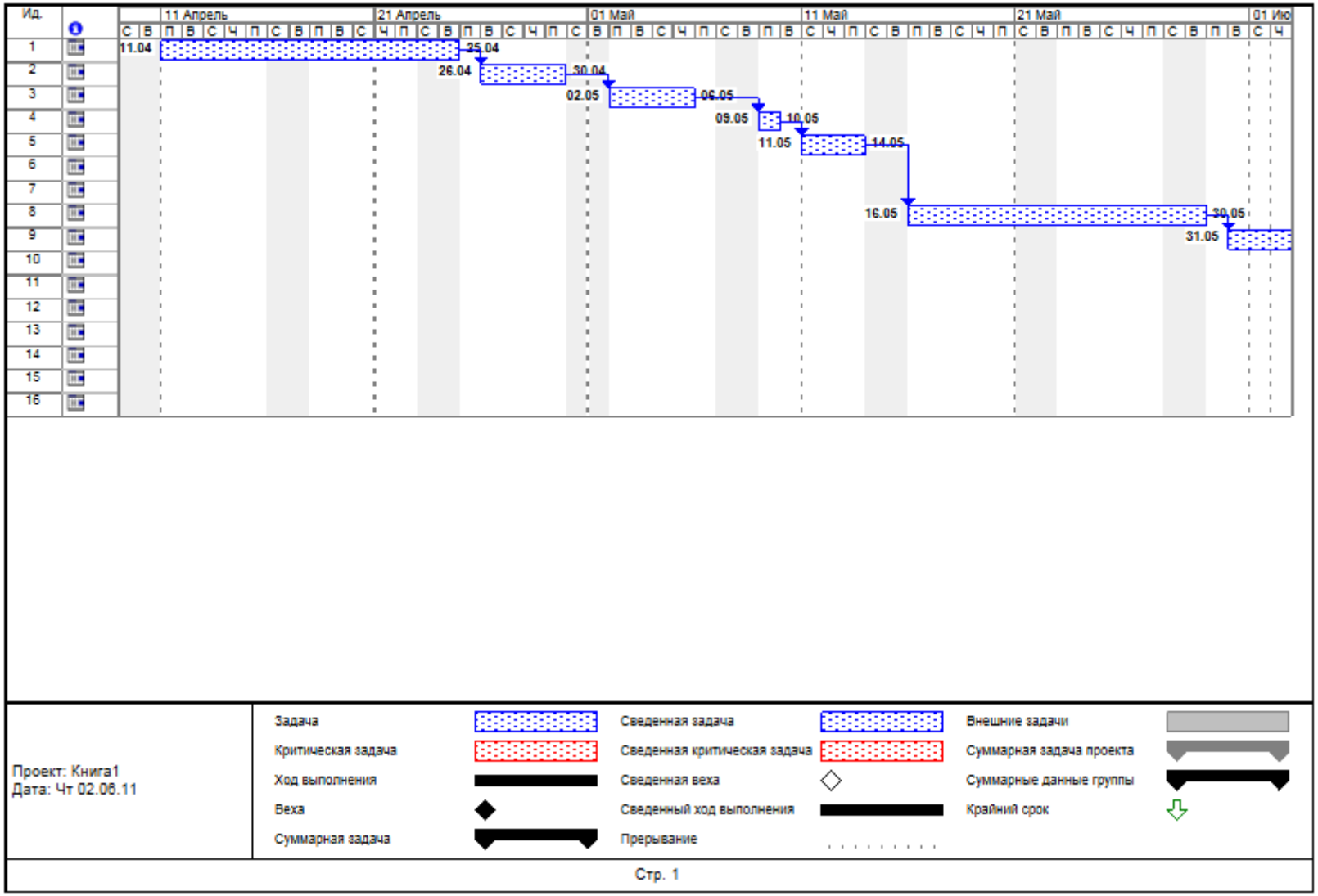
Наименование показателя	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**Всего**
Выручка от реализации услуг	930 000	930 000	930 000	930 000	930 000	930 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000	12 060 000
Переменные затраты	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	1 188 000
Постоянные затраты	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	4 506 400
Валовый доход	455 467	455 467	455 467	455 467	455 467	455 467	605 467	605 467	605 467	605 467	605 467	605 467	6 365 600
Затраты на выплату % по кредиту	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	510 044
Налог на добавленную стоимость	141 864	141 864	141 864	141 864	141 864	141 864	164 746	164 746	164 746	164 746	164 746	164 746	1 839 661
Прибыль до налогообложения	271 099	271 099	271 099	271 099	271 099	271 099	398 217	398 217	398 217	398 217	398 217	398 217	4 015 895
Налог на прибыль	52 110	52 110	52 110	52 110	52 110	52 110	78 532	78 532	78532	78 532	78532	78532	795145
Чистая прибыль	216 879	216 879	216 879	216 879	216 879	216 879	318 574	318 574	318 574	318 574	318 574	318 574	3 212 716
Затраты на выплату основного долга по кредиту	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	3 187 773
Нераспределенная прибыль	-48 769	-48 769	-48 769	-48 769	-48 769	-48 769	52 926	52 926	52 926	52 926	52 926	52 926	24 944
То же	-48	-97	-146	-195	-243	-292	-239	-186	-133	-80 908	-27	24 944	

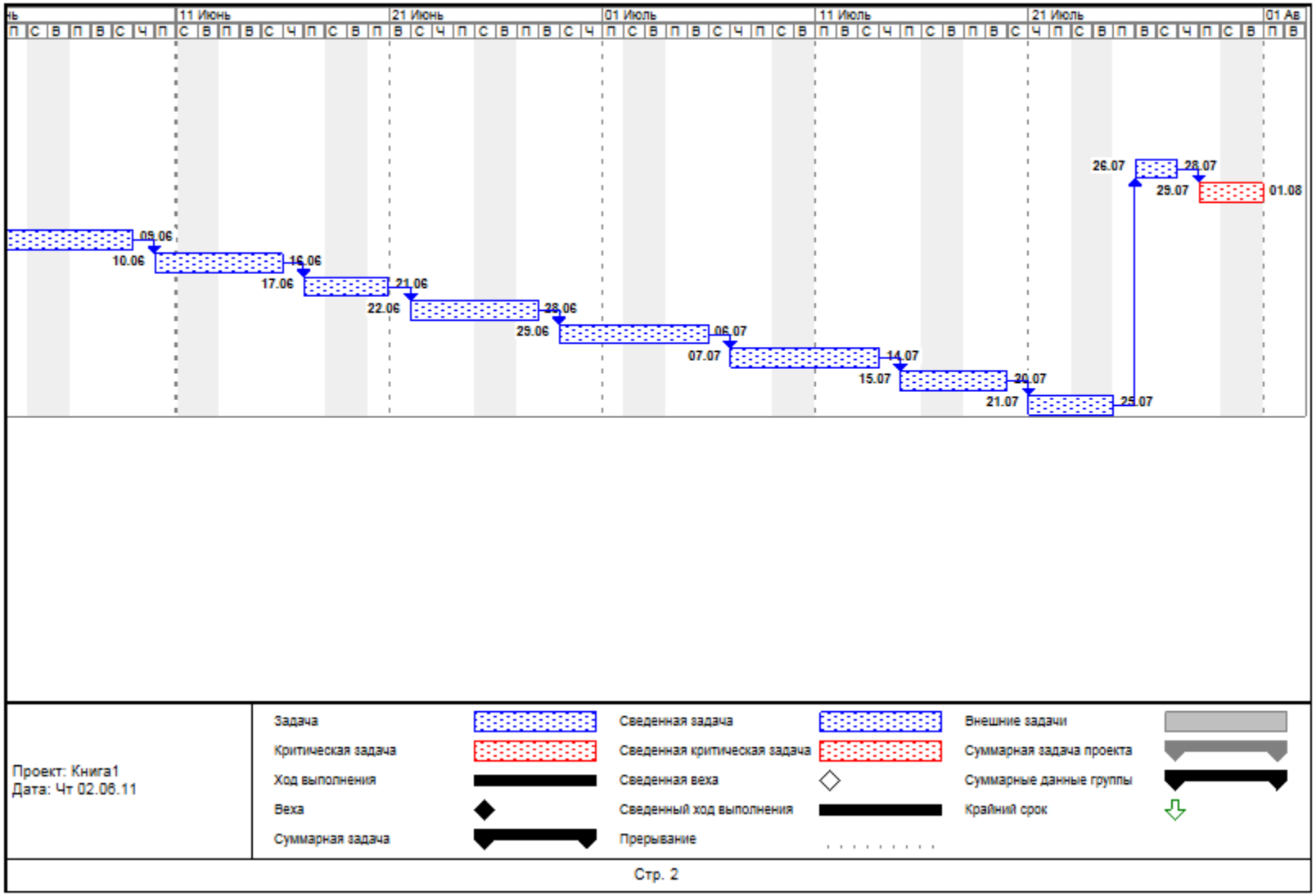
нарастающим итогом	769	538	306	075	844	613	687	761	835		982		

Приложение 4. Бюджет движения денежных средств бизнес-проекта создания Интернет-портала «Народный адвокат»

Наименование показателя	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**Всего**
Остаток на начало периода	4 000 000	10 326 776	10 278 007	10 229 239	10 180 470	10 131 701	10 082 932	10 135 858	10 188 784	10 241 710	10 294 637	10 347 563	
Приток денежных средств	*7 305 545*	*930 000*	*930 000*	*930 000*	*930 000*	*930 000*	*1 080 000*	*1 080 000*	*1 080 000*	*1 080 000*	*1 080 000*	*1 080 000*	*18 435 545*
Инвестиции	6 375 545	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6 375 545
Выручка от реализации услуг	930 000	930 000	930 000	930 000	930 000	930 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000	1 080 000	12060 000
Отток денежных средств	*978 769*	*978 769*	*978 769*	*978 769*	*978 769*	*978 769*	*1 027 074*	*1 027 074*	*1 027 074*	*1 027 074*	*1 027 074*	*1 027 074*	*12035 056*
Переменные затраты	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	99 000	1 188 000
Постоянные затраты	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	375 533	4 506 400
Затраты на выплату % по кредиту	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	42 504	510 044
Налог на добавленную стоимость	141 864	141 864	141 864	141 864	141 864	141 864	164 746	164 746	164 746	164 746	164 746	164 746	1 839 661
Налог на прибыль	54 220	54 220	54 220	54 220	54 220	54 220	79 643	79 643	79 643	79 643	79 643	79 643	803 179
Затраты на выплату основного долга по кредиту	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	265 648	3 187 773
Поток денежных средств	6 326 776	-48 769	-48 769	-48 769	-48 769	-48 769	52 926	52 926	52 926	52 926	52 926	52 926	6 400 489
Остаток на конец периода	10 326 776	10 278 007	10 229 239	10 180 470	10 131 701	10 082 932	10 135 858	10 188 784	10 241 710	10 294 637	10 347 563	10 400 489	

Приложение 5. Диаграмма Ганта бизнес-проекта создания Интернет-портала «Народный адвокат»




11 Июнь
21 Июнь
01 Июль
11 Июль
21 Июль
01 Ав
10.06
17.06
22.06
29.06
07.07
15.07
21.07
25.07
26.07
28.07
29.07
01.08
Проект: Книга1
Дата: Чт 02.06.11
Задача
Критическая задача
Ход выполнения
Веха
Суммарная задача
Сведенная задача
Сведенная критическая задача
Сведенная веха
Сведенный ход выполнения
Прерывание
Внешние задачи
Суммарная задача проекта
Суммарные данные группы
Крайний срок
Стр. 2