

БИЗНЕС-ПЛАН  
РЕАЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО  
ПРОЕКТА «СУХБА»



ООО «Сухба»

Казань 2017 год

## Содержание

1. Конфиденциальность .....	4
2. Краткий обзор (резюме) проекта .....	5
3. Инициатор проекта .....	6
3.1. Общие данные .....	6
3.2. Учредители.....	6
3.3. Виды деятельности.....	7
4. Существо предлагаемого проекта .....	9
4.1. Местонахождение объекта.....	9
4.2. Описание проекта.....	10
4.3. Реализация проекта.....	13
5. Анализ положения дел в отрасли.....	14
6. Анализ рынков сбыта продукции .....	16
6.1. Конкуренция на рынке сбыта .....	16
6.2. Потенциальная емкость рынка сбыта.....	19
6.3. Маркетинговый анализ рынка.....	20
6.4. Анализ сильных и слабых сторон.....	21
7. Организационный план .....	22
7.1. Организационно-правовая форма реализации проекта.....	22
7.2. График реализации проекта .....	23
7.3. Правовые вопросы осуществления проекта .....	24
8. Финансовый план.....	25
8.1. Условия и допущения, принятые для расчета.....	25
8.2. Исходные данные .....	25
8.2.1. Налоговое окружение .....	25
8.2.2. Номенклатура цены продукции.....	26
8.2.3. План продаж.....	27
8.2.4. Численность персонала и заработная плата.....	28
8.2.5. Текущие затраты.....	30
8.2.6. Капитальные затраты .....	31
8.3. Расчет выручки.....	31
8.4. Инвестиционные издержки и источники их финансирования.....	32
8.5. Расчет прибылей, убытков и денежных потоков.....	32
8.6. Оценка экономической эффективности проекта .....	33

9. Оценка рисков.....	34
9.1. Анализ чувствительности .....	34
9.2. Оценка проектных рисков.....	35

## 1. Конфиденциальность

Данный бизнес-план представлен на рассмотрение на конфиденциальной основе исключительно для принятия решения по финансированию проекта и не может быть использован для каких-либо иных целей, а также передаваться третьим лицам без предварительного согласия проектостроителя. Принимая на рассмотрение данный бизнес-план, получатель берет на себя ответственность и гарантирует возврат данной копии проектостроителю по его требованию, если он не намерен участвовать в финансировании проекта.

## 2. Резюме проекта

Инициатором проекта выступает общество с ограниченной ответственностью «Сухба». Проект предполагает запуск международной мусульманской социальной сети, браузера, мессенджера, почты, поисковой системы, торговой платформы «Сухба».

«Сухба», опираясь на потенциал халяль-индустрии, призвана стать платформой для самых разных интернет-сервисов, интересных современному мусульманину.

Объем рынка «халяль», одного из самых быстро развивающихся секторов мировой экономики, возникшего совсем недавно, уже сейчас превысил 2 триллиона долларов. Он включает в себя исламские банки, халяль онлайн-шопинг и другие секторы. Преодолевая языковые, культурные и политические барьеры, «Сухба» стремится объединить более 700 миллионов пользователей в течение 3-х лет.

Главное преимущество проекта «Сухба» - это монополия в данном секторе ИТ-технологий и безопасный контент, не противоречащий ценностям ислама, при этом также интересный самым юным пользователям интернета.

**Таблица 2.2. Показатели эффективности проекта**

Наименование показателя	Значение
Чистая прибыль по итогам проекта на 2-й год, тыс. руб.	4 308 734
Чистая приведенная стоимость (NPV) на 2-й год, тыс. руб.	2 241 178
Внутренняя норма рентабельности (IRR), %	347
Простой срок окупаемости, лет	1,4
Ставка дисконтирования, %	15
Дисконтированный срок окупаемости, лет	1,4

**Таблица 2.3. Источники финансирования проекта, тыс. руб.**

Источники финансирования	Значение, тыс. руб.
Средства инвестора	1 500 000

**Таблица 2.4. Условия финансирования проекта**

Наименование участника	Доля, %
Доля инвестора в компании, %	30%
Доля собственника в компании, %	70%

### 3. Инициатор проекта

#### 3.1. Общие данные

Инициатором Проекта выступает Общество с ограниченной ответственностью «Сухба».

**Таблица 3.1. Основные сведения об инициаторе проекта**

ИНН	1660250249
КПП	166001001
ОГРН	1151690069233
Р/с	р/с 40702810114640004441
Наименование банка	ФИЛИАЛ N6318 ВТБ 24 (ЗАО)
БИК	БИК 043602955
К/с	кор/с 30101810700000000955
Юридический адрес	420073, РТ, г. Казань, ул. Гвардейская д.33, оф.314
Фактический адрес	420073, РТ, г. Казань, ул. Гвардейская д.33, оф.314
Директор	Тухтаров Тохир Рафаильевич

#### 3.2. Учредители

Размер уставного капитала компании составляет **802 902 833 руб.**

**Таблица 3.2. Участники ООО «Сухба»**

Наименование участника	Доля, руб.	Доля, %
1. Тухтаров Тохир Рафаильевич	489 770 789,0	61%
2. Дерябин Владимир Михайлович	80 290 293,3	10%
3. Миролюбов Борис Михайлович	48 174 176,0	6%
4. Миролюбова Лариса Карловна	48 174 176,0	6%
5. Хисамов Марат Курбангалиевич	40 145 146,6	5%
6. Красильников Андрей Борисович	24 087 088,0	3%
7. Захаров Дмитрий Владимирович	24 087 088,0	3%
8. Шумахова Лилия Олеговна	24 087 088,0	3%
9. Самигуллин Камиль Искандерович	8 029 029,33	1%
10. Суходольский Максим Леонидович	8 029 029,33	1%
11. Файзуллин Ильдар Габдулханович	8 029 029,33	1%

### 3.3. Виды деятельности

Основным видом деятельности компании является рекламная деятельность. Также ООО «Сухба» работает и по другим направлениям (табл. 3.3).

**Таблица 3.3. Направления деятельности ООО «Сухба»**

ОКВЭД	Наименование
74.40	РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
65.12	ПРОЧЕЕ ДЕНЕЖНОЕ ПОСРЕДНИЧЕСТВО
72.60	ПРОЧАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СВЯЗАННАЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
64.20.1	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ТЕЛЕФОННОЙ СВЯЗИ И ДОКУМЕНТАЛЬНОЙ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ
74.50	НАЙМ РАБОЧЕЙ СИЛЫ И ПОДБОР ПЕРСОНАЛА
32.20	ПРОИЗВОДСТВО ПЕРЕДАЮЩЕЙ АППАРАТУРЫ, АППАРАТУРЫ ДЛЯ ПРОВОДНОЙ ТЕЛЕФОННОЙ И ТЕЛЕГРАФНОЙ СВЯЗИ
72.20	РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ В ЭТОЙ ОБЛАСТИ
92.20	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ РАДИОВЕЩАНИЯ И ТЕЛЕВИДЕНИЯ
92.31	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА
92.32	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОНЦЕРТНЫХ И ТЕАТРАЛЬНЫХ ЗАЛОВ
92.33	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЯРМАРОК И ПАРКОВ С АТТРАКЦИОНАМИ
92.34	ПРОЧАЯ ЗРЕЛИЩНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
64.20	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ
73.10	НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И РАЗРАБОТКИ В ОБЛАСТИ ЕСТЕСТВЕННЫХ И ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК
92.40	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ
72.40	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО СОЗДАНИЮ И ИСПОЛЬЗОВАНИЮ БАЗ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ
51.70	ПРОЧАЯ ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ
52.61.2	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ, ОСУЩЕСТВЛЯЕМАЯ ЧЕРЕЗ ТЕЛЕМАГАЗИНЫ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ СЕТИ (ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ, ВКЛЮЧАЯ ИНТЕРНЕТ)
74.14	КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ ПО ВОПРОСАМ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И УПРАВЛЕНИЯ
74.84	ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ПРОЧИХ УСЛУГ
45.21.3	ПРОИЗВОДСТВО ОБЩЕСТРОИТЕЛЬНЫХ РАБОТ ПО ПРОКЛАДКЕ МАГИСТРАЛЬНЫХ ТРУБОПРОВОДОВ, ЛИНИЙ СВЯЗИ И ЛИНИЙ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧИ
64.20.11	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ТЕЛЕФОННОЙ СВЯЗИ
64.20.2	ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ПЕРЕДАЧИ (ТРАНСЛЯЦИИ) И РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОГРАММ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И РАДИОВЕЩАНИЯ
51.65.5	ОПТОВАЯ ТОРГОВЛЯ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМ ЭЛЕКТРИЧЕСКИМ И

ОКВЭД	Наименование
	ЭЛЕКТРОННЫМ ОБОРУДОВАНИЕМ, ВКЛЮЧАЯ ОБОРУДОВАНИЕ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ
52.48.15	РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ОБОРУДОВАНИЕМ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ
64.20.3	ПРОЧАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ОБЛАСТИ ЭЛЕКТРОСВЯЗИ
74.13	ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА И ВЫЯВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ
45.31	ПРОИЗВОДСТВО ЭЛЕКТРОМОНТАЖНЫХ РАБОТ

## 4. Существо предлагаемого проекта

### 4.1. Местонахождение объекта

Развитие проекта предполагает международное присутствие, однако начало реализации планируется осуществить в Казани, где будет построен операционный офис, предполагающий наличие серверов, программного обеспечения, команды разработчиков и группы технической поддержки, обеспечивающих интеграцию всех процессов в единое информационное пространство.

Город Казань является самым крупным по величине городом Татарстана и одним из крупнейших населенных пунктов Поволжского федерального округа в целом, а также одним из крупнейших центров ислама.



**Рис. 4.1 - Проект предполагает реализацию в г. Казань**

Помимо этого, Казань является центром притяжения деловой жизни соседних областных городов, в результате активного социально-экономического и промышленного роста, стабильной демографической ситуации, повышения уровня жизни и доходов населения, высокого уровня занятости, высокой инвестиционной привлекательности. В Казани созданы все предпосылки и для дальнейшего увеличения численности населения города.

## 4.2. Описание проекта

**Миссия проекта** - культивирование истинных ценностей ислама. Движение мира к благополучию. С помощью созданных сервисов и приложений предполагается распространение знания в интернете, знания очищенного и безопасного для пользователей.

**Цель проекта** – преодоление всех политических, культурных и языковых барьеров, открытие мира мусульманам и мусульман - миру.

Проект призван сплотить исламский мир и стать средой, в которой мусульманская молодежь сможет приобрести полезные знания, общаться и проводить свободное время, не подвергаясь опасности столкнуться с «вредным» контентом.

**Проект «Сухба»** (в переводе с арабского - «сообщество», «дружба») включает в себя международную мусульманскую социальную сеть «Сухба», браузер, мессенджер, почту, поисковую систему, платформу для продажи мусульманских товаров, и прочего контента, являющегося многоцелевыми платформами для различных интернет-сервисов, интересных современному мусульманину. «Сухба» опирается на направление халяль-индустрии, одного из самых быстро развивающихся секторов мировой экономики. Это позволит дать возможность людям, придерживающимся единых нравственных ценностей, независимо от их национальности и религиозной принадлежности, свободно общаться друг с другом, находясь в лояльном информационном пространстве без «негатива», где традиционные семейные ценности, многонациональность, здоровый образ жизни являются объединяющим началом. Проект «Сухба» - это «чистая» интернет-среда, в которой спокойно могут находиться как дети, так и родители, не переживая за моральную безопасность. В настоящее время многолетний (с августа 2014 года) труд группы энтузиастов уже приносит свои плоды.

«Сухба» является компанией с многоцелевой бизнес-моделью. Основной статьей доходов компании стали решения для бизнес-общения, маркетинга, продаж, а также услуги по размещению интернет-рекламы.

Суть проекта - создание первой в мире глобальной, инновационной, мультиязычной и мультикультурной международной мусульманской платформы.

«Сухба» работает в соответствии с исламскими финансовыми традициями, реализует товары мусульманского производства, произведенные в том числе согласно сертификации «халяль». «Сухба» совмещает в себе эффективный, удобный функционал и большой программный продукт, в который входит социальная сеть, поисковая система, почтовый сервис, видео-хостинг, блоги, онлайн-образование и консультирование, образовательные и развивающие игры и другие полезные мусульманам приложения для полноценной повседневной жизни.

### Основные направления:

#### 1. Проект «Сухба Сеть»

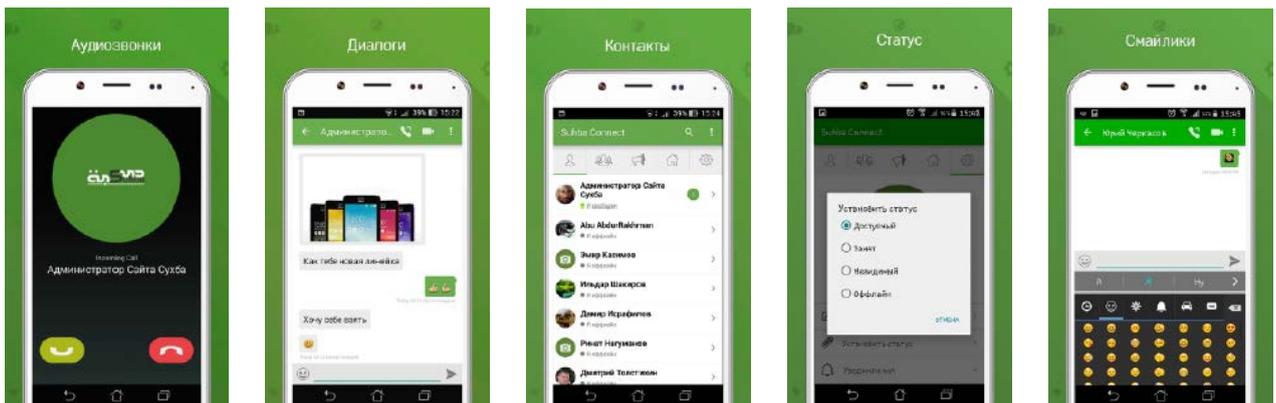
Это глобальная, мультиязычная международная мусульманская социальная сеть. Мы создали модель виртуального сообщества мира и согласия, которая станет платформой для самых разных интернет-сервисов, интересных современному мусульманину. Сухба опирается на потенциал халяль-

индустрии - одного из самых быстро развивающихся секторов мировой экономики.



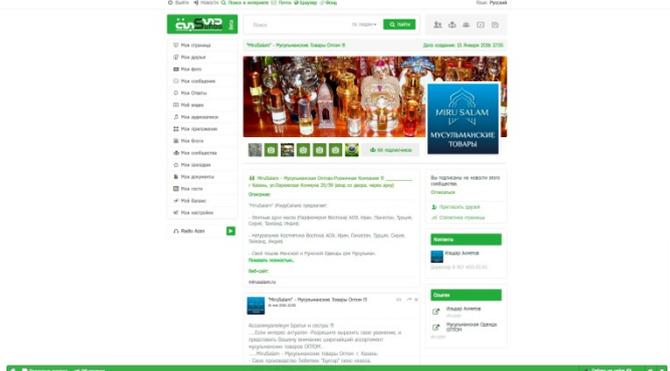
## 2. Проект «Сухба Коннект»

«Сухба Коннект» - это бесплатный мессенджер, который использует интернет-соединение смартфона для общения с друзьями или семьей при помощи звонков, сообщений и видео-звонков по всему миру. Это наш аналог таких приложений, как WhatsApp, Viber, Skype с расширенным функционалом и полной интеграцией всех проектов группы «Сухба».



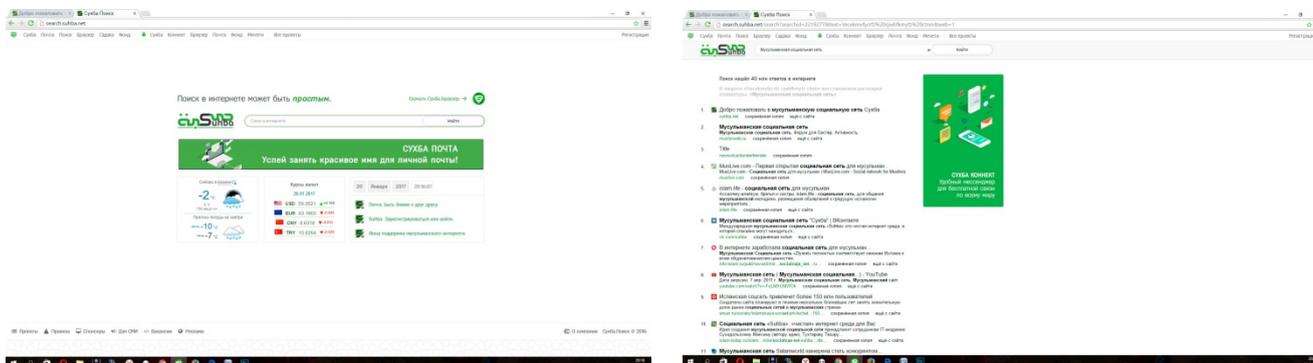
## 3. Проект «Сухба Маркет»

Электронная площадка, стимулирующая продажи мусульманских товаров, мусульманских производителей для мусульманских клиентов, интегрированная с собственной платежной системой, работающей в соответствии с исламским правом, на основе социальной сети «Сухба» и предусматривающая интеграцию со сторонними системами.



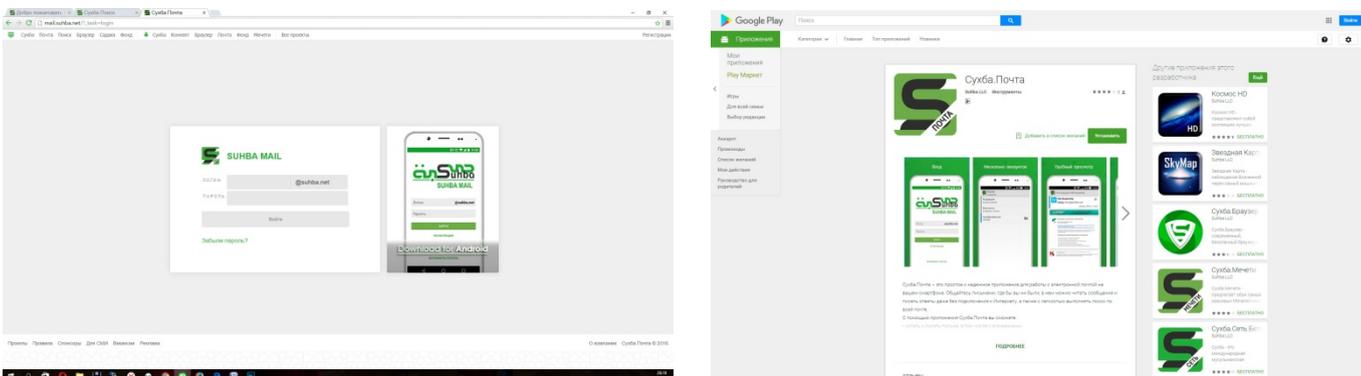
## 4. Проект «Сухба Поиск»

Новый поисковик со стильным лаконичным дизайном выдает ответы без харама. Благодаря системе фильтров, установленных в «Сухба Поиск» вы сможете получить ответ на любой вопрос, найти нужные сайты, картинки, новости или товары, не переживая за моральную безопасность.



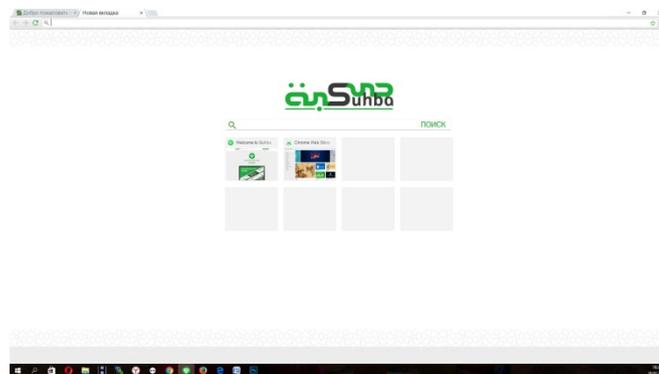
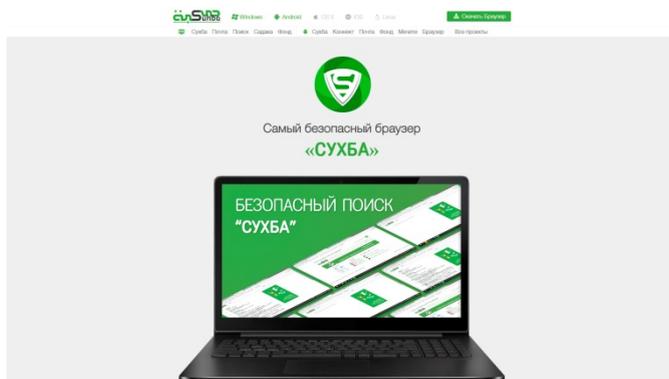
## 5. Проект «Сухба Почта»

Собственный почтовый сервис, предполагающий предоставление почтового аккаунта для каждого пользователя социальной сети «Сухба» на основе двух доменов: таких как @suhba.ru и @suhba.net, например: [name@suhba.net](mailto:name@suhba.net)



## 6. Проект «Сухба Браузер»

«Сухба Браузер» - современный, быстрый и безопасный браузер. Основанный на новейшей версии рендеринг движка Blink и интерфейсных наработках Chromium, Сухба поддерживает все современные Веб – технологии, и, помимо этого, обладает некоторыми уникальными свойствами. Сухба Браузер был основан в 2015 году как логическое развитие линейки продуктов Сухба, уже включающей в себя социальную сеть, систему обмена мгновенными сообщениями для мобильных устройств, почтовый сервис, информационно-поисковую систему, платежную систему и другие проекты.



Данные проекты находятся на разных стадиях разработки, часть из них в процессе тестирования, в том числе мессенджер «Сухба Коннект» и социальная сеть «Сухба», которая с мая 2015 года находится в режиме бета-версии и ежедневно пополняется пользователями со всего мира. На сегодняшний день наша компания обладает собственным офисом, отличной командой разработчиков, в ней выстраиваются необходимые бизнес-процессы для успешного продвижения наших продуктов.

Монетизация планируется за счет рекламы, к которой также будут предъявлены требования «халяль». По мере того, как будет расширяться аудитория пользователей, доход от рекламы будет увеличиваться.

#### **Варианты размещения рекламы:**

1. Баннерная реклама.
2. Контекстная реклама.
3. Поисковая оптимизация сайта.
4. Геоконтекстная реклама.
5. Вирусная реклама.

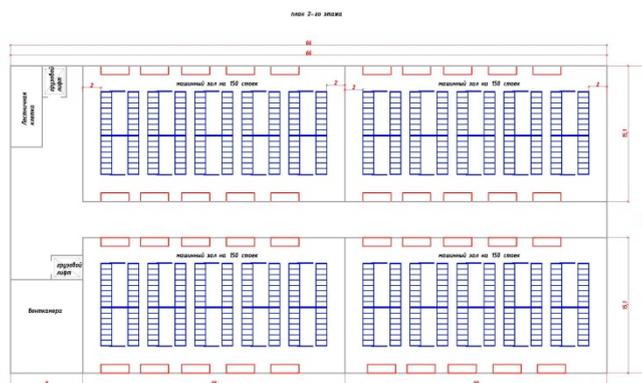
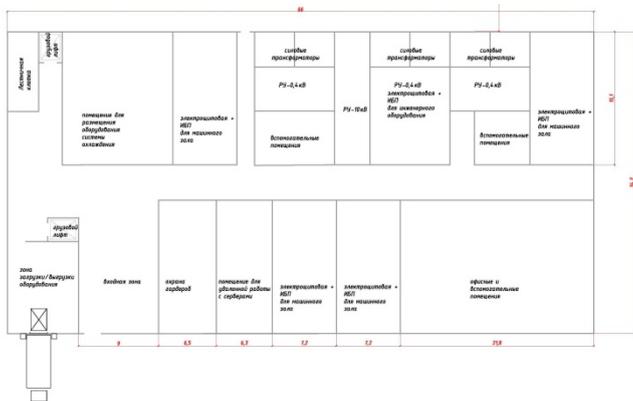
Однако, несмотря на разнообразие рекламных продуктов, первостепенное значение имеет безопасный контент: без насилия, порнографии и экстремистских идей. Международный проект «Сухба» призван разрешать насущные, актуальные и острые вопросы современности в повседневной активной жизни мирового сообщества сегодня.

#### **4.3. Реализация проекта**

Реализация проекта предполагает запуск международной мусульманской социальной сети «Сухба», а также программного обеспечения, которое работало бы в условиях высоких нагрузок, обслуживало запросы в реальном режиме времени.

Для обеспечения бесперебойной работы предполагается:

- Строительство дата-центров площадью 4880 м<sup>2</sup>, которые так же будет выполнять функцию операционного офиса;



- открытие филиалов в крупнейших мусульманских странах;
- подбор и обучение высококвалифицированного персонала.

Социальная сеть «Сухба» построена на КРНР/KDB. Высоконагрузочные части сайта будут вскоре построены на Python 2.7.10. Проект рассчитан исходя из 300 млн. онлайн пользователей (1 млрд. зарегистрированных пользователей).

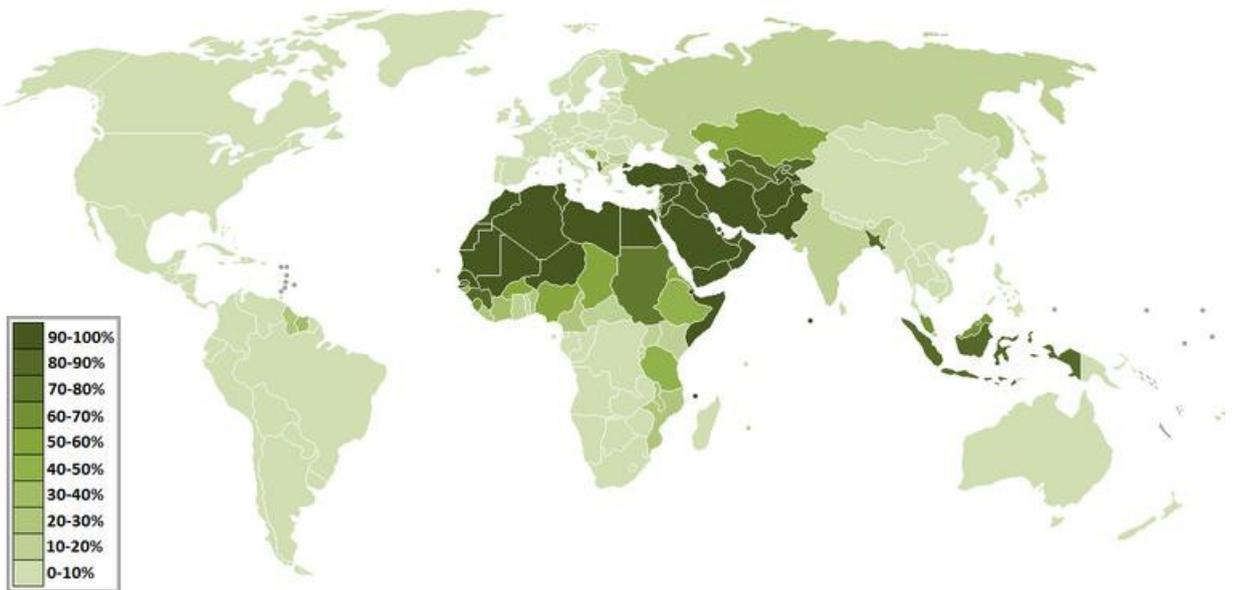
Уникальность проекта состоит в разработке фильтрации аудио-, фото-, видео-контента на предмет эротики, порно, экстремистских идей и т.д.. Созданный браузер и поисковик с уникальной фильтрацией сайтов не имеют аналогов в мире.

## 5. Анализ положения дел в отрасли

Уровень развития социальных сетей почти достиг своего пика, в данный момент каждый день можно наблюдать рождение новых социальных сетей. В последнее время это стали именно нишевые социальные сети – сети по интересам, по этническим признакам, по вероисповеданию.

Это нормальная тенденция, которая была вызвана насыщением рынка общими сетями «для всех». Довольно часто можно встретить интересные темы, иногда просто абсурдные, часть проектов выживет за счет большой аудитории, а часть со временем уйдёт в никуда.

Определяющим фактором успеха онлайн-бизнеса является целевая аудитория проекта. В современном мире отмечаются глобальные тенденции к набирающему темп росту мусульманского населения в мире. На сегодняшний день от 350 до 400 млн. мусульман являются пользователями интернета, включая социальные сети. По прогнозам аналитических служб ООН, в течение ближайших 10 лет численность мусульман в мире увеличится до 2 млрд. человек, около 70% из которых или 1,4 млрд. человек будут пользователями интернета. Дополнительным стимулом бурного роста мусульманской онлайн-аудитории будет внедрение современных коммуникационных технологий в наименее оцифрованных развивающихся странах исламского мира. Ожидается, что более половины (~ 54% этой аудитории) - молодые люди до 25 лет, наиболее активная с покупательской точки зрения возрастная группа пользователей.



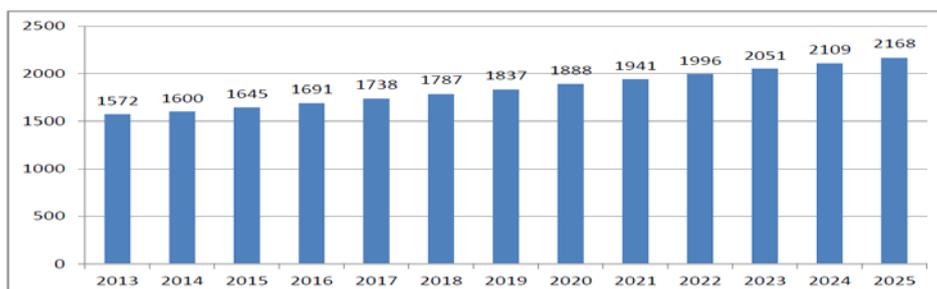
**Рисунок 5.1. Плотность исламского населения по странам**

Следующие данные приведены в докладе отделения религии и общественной жизни американского исследовательского Центра PEW Research Center.



**Рисунок 5.2. Плотность исламского населения по странам**

На сегодняшний день в мире проживает более 1,5 миллиарда мусульман. Согласно прогнозам, подтверждаемым с 2011 года, ожидается, что ежегодный прирост мусульманского населения будет превышать ВДВОЕ совокупный рост немусульманского населения. В приведенной далее диаграмме приводятся усредненные ежегодные прогнозируемые показатели мусульманского населения в мире в миллионах человек до 2025 года включительно.



### Рисунок 5.3. Ежегодный прирост мусульманского населения

Таким образом, в будущем будет увеличиваться количество социальных сетей, созданных специально для мусульманского населения планеты. Рынок социальных сетей будет постепенно насыщаться и, как следствие, повышаться конкуренция между ними.

Как и в любом бизнесе, одним из ключевых приёмов конкурентной борьбы станут инновации. Проект «Сухба» эти инновации закладывает уже при создании проекта:

- Видео-портал нового поколения;
- Безопасная поисковая система;
- Почтовый сервис;
- Качественная видео-связь;
- Образовательный портал;
- Торговая площадка со своей электронной валютой;
- Разработка актуальных приложений.

В настоящий момент нет каких-либо успешных или известных широкой публике социальных сетей, которые работают для мусульман в соответствии с исламскими финансовыми принципами. Отсутствие подобных инструментов вынуждает мусульманских потребителей удовлетворять свои потребности на альтернативных рынках с большими для себя неудобствами.

Создание первой в мире глобальной многоязыковой универсальной социальной сети с множеством удобных функций, работающей в соответствии с исламскими финансовыми традициями, реализующей товары мусульманского производства, произведенные, в том числе, согласно сертификации «халяль», продаваемые для мусульман, приведет к многократному увеличению роста данного сектора, электронного и финансового товарооборота, интенсификации бизнес-процессов в исламском мире, что скажется на увеличении монетизации проекта.

## 6. Анализ рынков сбыта продукции и закупок сырья

### 6.1. Конкуренция на рынке сбыта

**Основные игроки Российского рынка социальных сетей:**



**1. VK.COM** – российская социальная сеть, возникшая вслед за сетью Одноклассники.ru. Изначально ресурс позиционировался как социальная сеть для российских студентов и

выпускников. Вскоре эта социальная сеть стала более популярной, чем ее предшественник. Сеть является русским аналогом сети facebook.com. С лета 2006 года функционировала альфа-версия портала, в сентябре проект проходил бета-тестирование, в конце ноября была открыта свободная регистрация. Начиная с 2007 года, проект активно набирал пользователей. С 2008 года начали открываться новые сервисы: сервисы мнений и приложений, новые сервисы поиска видео. 15 июля сайт заключил контракт с компанией «Медиа Плюс», которая занимается распространением баннерной рекламы на сайте.

В январе 2009 года на сайте было 13 млн. уникальных пользователей, был куплен домен vk.com. Еще одним знаменательным событием в истории развития проекта был запуск собственной платежной системы в 2010 году. У VKontakte есть ряд дочерних проектов: ВКадре, ВШтате, Durov.ru. Сейчас ежедневно на сайте просматривается 800 миллионов страниц. В вечернее время количество пользователей, которые одновременно находятся на сайте, приближается к миллиону. На сайт ежедневно заходит более 23 млн. человек.



**2. Оdnoklassniki.ru** - первая российская социальная сеть, объединившая людей разных возрастов, интересов и социального положения, российский аналог сайта Classmates.com (англ.). Основная цель социальной сети Оdnoklassniki.ru – обеспечить поиск и общение между одноклассниками, однокурсниками и бывшими выпускниками. Основным критерий поиска – место учебы. Сеть была запущена весной 2006 года. Осенью 2006 года на портале было уже 0,5 млн. пользователей. Летом 2007 года количество пользователей приблизилось к отметке 3 млн. человек. Осень 2008 года характеризуется рекордной отметкой в 25 млн. пользователей. Проект несколько раз становился лауреатом многих премий в области развития сети Интернет, индустрии развлечений и пр. Каждый год название этого проекта фигурирует в числе победителей различных соревнований и по итогам опросов пользователей. В 2008 году сеть была самой большой в России, однако затем сеть уступила лидерство. Ежемесячный охват аудитории в России, по данным *TNS*, составляет порядка 15 млн. человек.



**2. LinkedIn** – профессиональная социальная сеть, запущенная в 2003 году, которая объединяет на одном сервисе специалистов более чем из 150 отраслей. Сервис позволяет создать свой собственный профессиональный аккаунт, разместив в нем подробную информацию о местах работы, профессиональных интересах и компетенциях, а также помогает найти партнеров, клиентов и расширить круг профессионального общения. Сеть набирает популярность на развивающихся рынках, в Индии зарегистрировано уже 3 млн. пользователей. Компания была профинансирована многими инвестиционными фондами и в 2011 году провела первичное размещение акций на фондовом рынке.

**Вышеперечисленные конкуренты не несут серьезную угрозу данному Проекту.**

## 6.2. Потенциальная емкость рынка сбыта

**Целевой аудиторией** социальной сети является не только молодое мусульманское поколение, современные мусульманские семьи и сами мусульмане, но и всё мировое сообщество, которое не может и не желает пользоваться другими интернет-ресурсами по причине своих религиозных, нравственных и моральных убеждений.



**Рис. 6.1. Предполагаемая аудитория «Сухба»**

Платформа, на которую опирается «Сухба», позволяет не только использовать доступные сервисы и приложения (включая мобильные приложения), но и оперативно управлять контентом.

Интернет-ресурс – это больше, чем просто социальная сеть. «Сухба», опираясь на потенциал халяль-индустрии, совмещает в себе эффективный, удобный функционал и большой программный продукт, в который входит социальная сеть, поисковая система, почтовый сервис, видео-хостинг, форум и блоги, online-образование и консультирование, образовательные и развивающие игры и другие полезные мусульманам приложения для полноценной повседневной жизни.

### 6.3. Маркетинговый анализ рынка

Современный этап развития общества характеризуется тем, что во все сферы жизни активно проникают новые информационно-коммуникационные технологии, меняются способы донесения информации до потребителя. Происходят серьезные изменения в рекламной сфере. Интернет как средство рекламы приобретает все большее значение.

Реклама, распространяемая посредством Сети, занимает все большую долю по сравнению с другими видами коммуникаций. Это связано не только с развитием самих технологий интернета, но и с все большим проникновением интернета в повседневную жизнь людей.

По данным исследований фонда «Общественное Мнение», на весну 2013 года показатель охвата интернетом взрослого населения России составил 57% (это около 66,0 млн человек). Способствует этому и бурное развитие мобильного доступа, рост числа смартфонов и коммуникаторов.

По данным международной консалтинговой компании J'son & Partners Consulting, специализирующейся на исследованиях рынков телекоммуникаций, медиа и инновационных технологий, в России пользователей мобильного интернета уже более 65 миллионов человек.

Развитие мобильного интернета в нашей стране делает существенно проще и доступнее для пользователей различные сервисы, общение и развлечения в интернете и, как следствие, делает более привлекательной Сеть с коммерческой точки зрения.

Анализируя рекламный рынок в целом, комиссия экспертов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) оценила объем затрат на рекламу в России в 2012 году почти в 300 млрд. рублей. Все сегменты рекламного рынка продемонстрировали положительную динамику. Исключение составляет только реклама в прессе. Объем Российского рынка интернет-рекламы в 2012 году составил около 60 млрд. рублей. По этому показателю мы занимаем четвертое место в Европе. Впереди нас только Великобритания – 260 млрд. рублей, Германия и Франция с 185 и 110 млрд. рублей соответственно.

Следует отметить, что реклама в Интернет растет быстрее остальных сегментов и прибавила в январе - июне 2013 года по сравнению с тем же периодом 2012 года около 30%. Быстрый рост объемов рекламы в Интернет - это не специфика России. Тенденция имеет общемировой характер. Так, по данным международной сети рекламных агентств Zenith Optimedia, Интернет продолжает оставаться самым динамично растущим медиа в мире. По прогнозам аналитической службы агентства, расходы на рекламу в Интернет будут расти в среднем на 16% в год.

В свою очередь, одними из самых быстро растущих форматов интернет-коммуникаций

будут реклама в социальных медиа (прогнозируется среднегодовой рост в среднем на 31%) и видео-реклама. Дальнейшие перспективы рекламы в сети Интернет видятся нам также весьма радужными.

Говоря о тенденциях рынка маркетинговых интернет-коммуникаций, эксперты выделяют следующие направления:

- Увеличение доли онлайн-видео рекламы до 20-22% от общего объема рынка к 2016 году;
- Сохранение роста сегмента контекстной рекламы;
- Рост аудитории Интернет в основном за счет распространения широкополосного доступа к нему;
- Падение рыночной доли медийной рекламы;
- Снижение эффективности баннеров и rich media;
- Появление новых форматов нестандартного маркетингового продвижения, рост роли социальных медиа;
- Интеграцию рекламных кампаний с мобильными каналами продвижения, синергия интернет-рекламы и мобильного маркетинга.

## **6.4 Анализ сильных и слабых сторон**

### **Сильные стороны:**

- Владение знаниями в области, которую освещает проект;
- Опыт развития и продвижения проектов в Интернет;
- Высокий профессионализм команды проекта;
- Продукт компании имеет инновационный компонент.

### **Слабые стороны:**

- Отсутствие крупных финансовых ресурсов для масштабных инвестиций в проект;
- Отсутствие собственных административных помещений.

### **Возможности:**

- Растущий рынок интернет-рекламы. Этот рынок, по некоторым данным, ежегодно удваивается, а по некоторым исследованиям, растет еще быстрее;
- Рост стоимости рекламы в Интернет. В настоящий момент страница с рекламой в бумажном издании тиражом 10 000 экземпляров может стоить 10 000\$ и более. В то время как показ баннера на сайте с посещаемостью 10 000 уникальных посетителей в месяц обойдется в 50-100\$;
- Внедрение новых технологий для разработки продукта компании;

- Получение дополнительного финансирования на проект;
- Адаптация дизайна и контента продукта под культурные и возрастные особенности регионов.

#### **Угрозы:**

- Нестабильная мировая экономическая ситуация.

## **7. Организационный план**

### **7.1. Организационно-правовая форма реализации проекта**

Проект предполагает реализацию в форме ПАО (публичное акционерное общество).

### **7.2. График реализации проекта**

В процессе реализации Проекта будут сформированы детализированный перечень мероприятий по соблюдению сроков реализации и перечень ответственных должностных лиц.

Основная цель этого – соблюдение графика реализации и предупреждение возможных отклонений, которые могут привести к возникновению потерь и перерасхода инвестиционных ресурсов.

Текущая деятельность будет формировать ресурсы покрытия привлеченных средств. Поэтому возможные отклонения могут привести к невозможности оплаты привлеченных инвестиционных ресурсов. Результативность текущей деятельности зависит от объемов транзакций и основными влияющими факторами в этом разрезе являются выполнение плана продаж и плана расходов.

Исходя из этого, особое внимание будет уделяться вопросам качественного и бесперебойного функционирования программного обеспечения.

График реализации проекта приведен ниже в табл. 7.1

Таблица 7.1. График реализации

Мероприятия	2017		2018				2019				2020			
	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.	1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
<b>Начальная стадия реализации проекта:</b>														
- Разработка ПО														
- Интеграция с банковскими системами														
- Получение патента														
<b>Запуск проекта в эксплуатацию</b>														
- Запуск бета-версии социальной сети														
- Запуск бета-версии приложений														
- Релиз первой стабильной версии социальной сети														
- Релиз первой стабильной версии приложений														
- Начало рекламных кампаний по продвижению проекта														
Приобретение серверов														
Строительство офиса														
Строительство дата-центра														
- Синхронизация работы дата-центра														
- Перенос основной нагрузки на новый дата-центр														
- Релиз второй стабильной версии социальной сети														
- Релиз второй стабильной версии приложений														

### 7.3. Правовые вопросы осуществления проекта

Инициатор Проекта не планирует получения налоговых льгот.

Основными документами, регламентирующими предпринимательскую деятельность инициатора Проекта, являются:

1. Конституция РФ от 12.12.93;
2. Гражданский кодекс РФ (часть 1) от 30.11.94 №52-ФЗ;
3. Гражданский кодекс РФ (часть 2) от 26.01.96 №15-ФЗ;
4. Гражданский кодекс РФ (часть 3) от 26.11.2001 №147–ФЗ;
5. Гражданский кодекс РФ (часть 4) от 26.11.2001;
6. Налоговый кодекс РФ (часть 1) от 31.07.98 №146-ФЗ;
7. Налоговый кодекс РФ (часть 2) от 05.08.2000 №117-ФЗ;
8. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 28.08.2001 №129-ФЗ;
9. Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 28.08.2001 № 128-ФЗ;
10. Трудовой кодекс РФ №ФЗ от 21.12.2001;
11. Федеральный закон "О рекламе» от 13.06.2006 № 38-ФЗ.

## 8. Финансовый план

### 8.1. Условия и допущения, принятые для расчета

Для составления финансовой модели Проекта использовалась программа «MicrosoftExcel».

Для расчета инвестиционной эффективности Проекта были приняты следующие базовые условия:

- горизонт планирования – 10 лет;
- дата начала реализации Проекта – ноябрь 2017 г.;
- интервал планирования – 1 год;
- ставка дисконтирования – 15 % годовых;
- начисление амортизации – линейным методом, исходя из сроков полезного использования;
- в расчетах учтены налоги в соответствии с действующим законодательством.

С целью исключения влияния на показатели инвестиционной привлекательности искажающего действия инфляции, расчет показателей финансовой модели сделан в переменных ценах.

### 8.2. Исходные данные

#### 8.2.1. Налоговое окружение

Инициатор проекта использует общую систему налогообложения.

**Таблица 8.1. Налоговое окружение**

Наименование налогов, уплачиваемых предприятием, осуществляющим инвестиционный проект	Ставка
Налог на добавленную стоимость	18 %
Налог на имущество	2,2 %
Налог на прибыль	20 %
Нормативы затрат по отнесению на себестоимость:	
Страховые платежи	ставка 34%

## 8.2.2. Номенклатура цены продукции

Таблица 8.2. Номенклатура продукции

Наименование
Реклама
Онлайн-услуги
Мобильное приложение
Онлайн-магазин
Исламский банкинг

Доходная часть по проекту складывается за счет платных приложений, которые будут активированы с августа 2017 года.

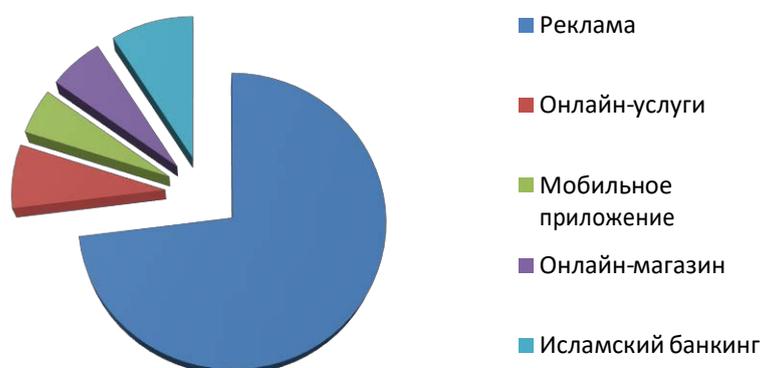
Исходя из того, что проект по своей структуре и масштабу в будущем похож на Facebook, финансовая модель «Сухба» построена аналогично.

Доходная часть рассчитана исходя из подтвержденных данных о средней доходности на одного пользователя 8,3\$ в год.

Структура доходов от внедрения платных приложений выглядит следующим образом:

Наименование изделия	Доля в общем объеме
Реклама	73%
Онлайн-услуги	7%
Мобильное приложение	5%
Онлайн-магазин	6%
Исламский банкинг	9%
<b>Итого:</b>	<b>100%</b>

Диаграмма 8.1. Структура доходов по проекту.

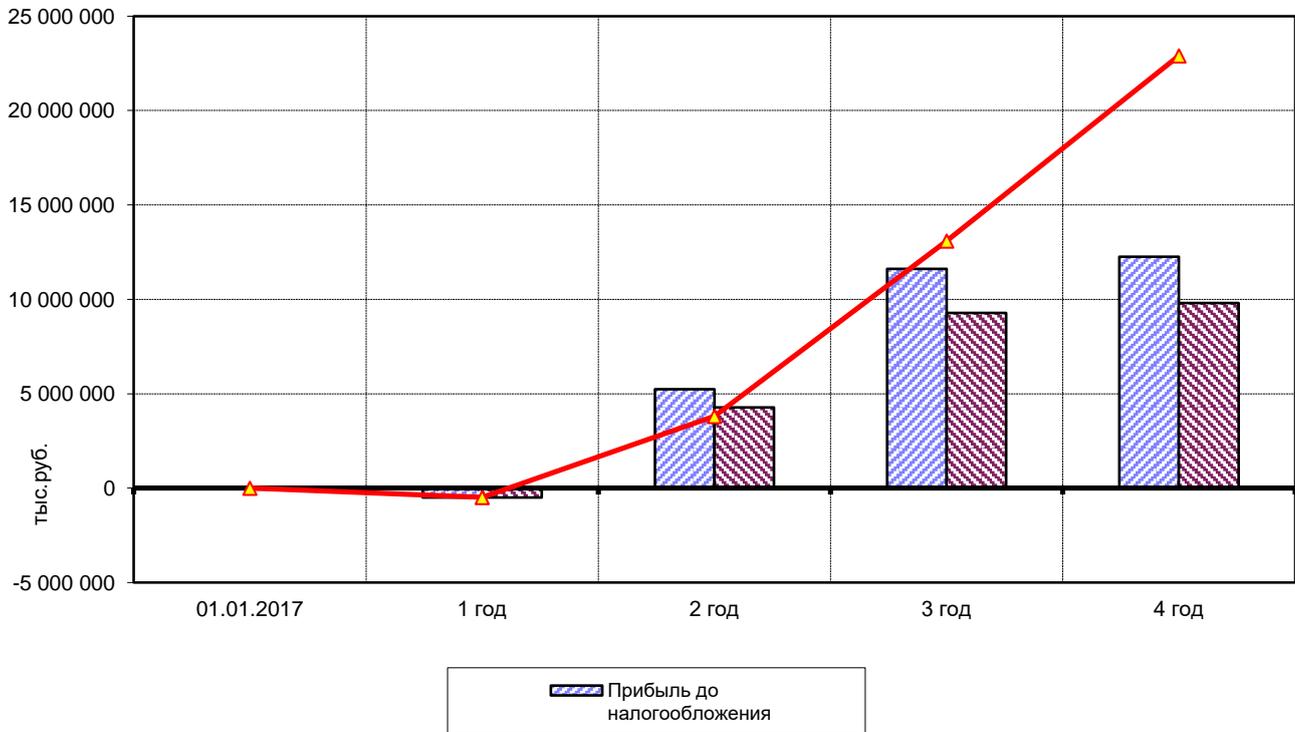


### 8.2.3. План продаж

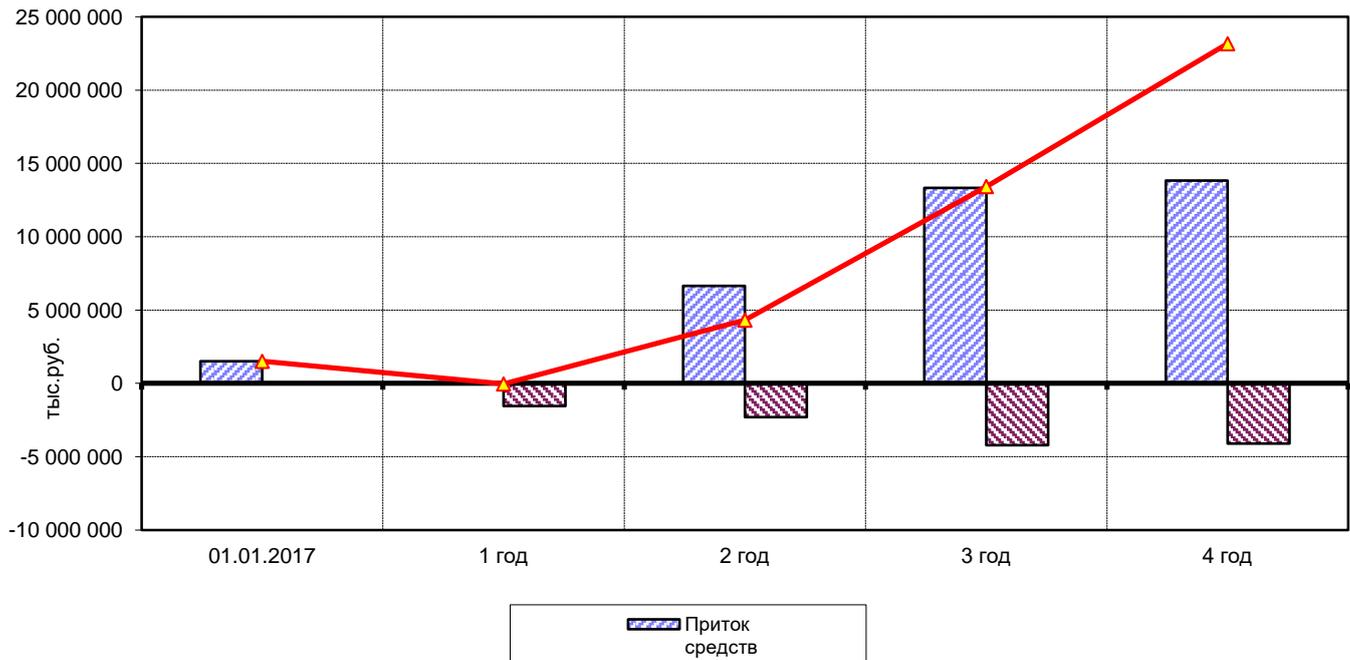
Начало запуска платных онлайн-сервисов и приложений планируется с ноября 2017 года, на этот момент будут отработаны все бета-версии и запущен релиз первой стабильной версии.

**Динамика выручки по проекту, тыс. руб.**

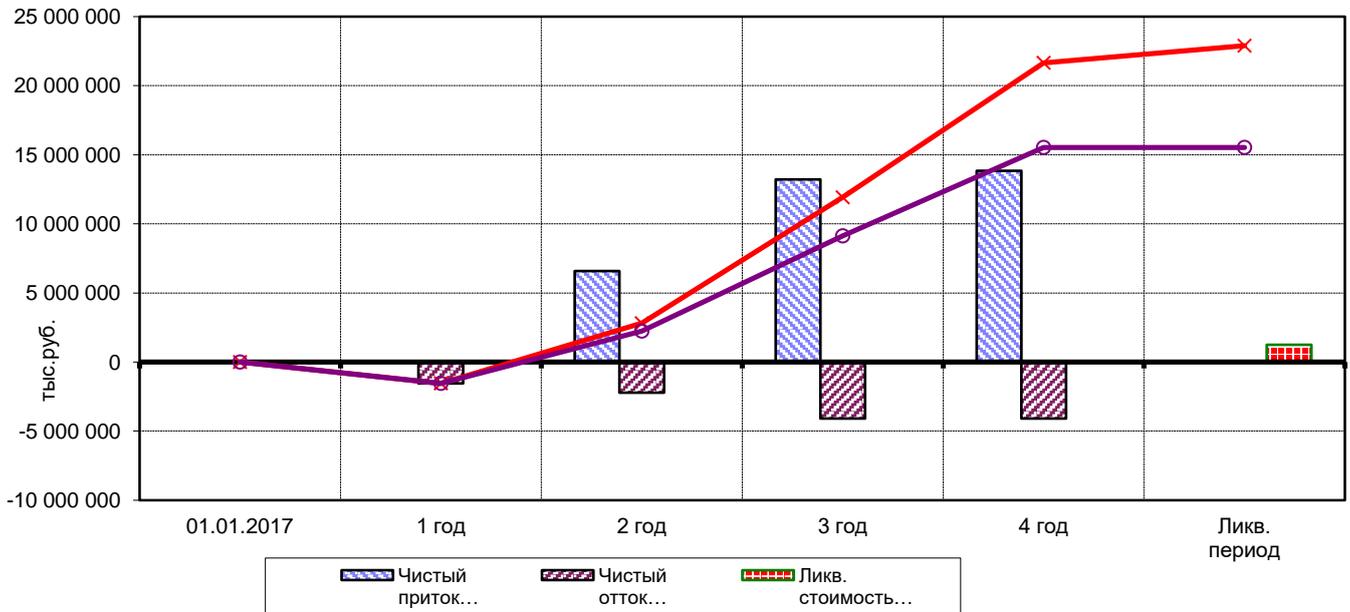
Диagr. 8.1. Прибыль



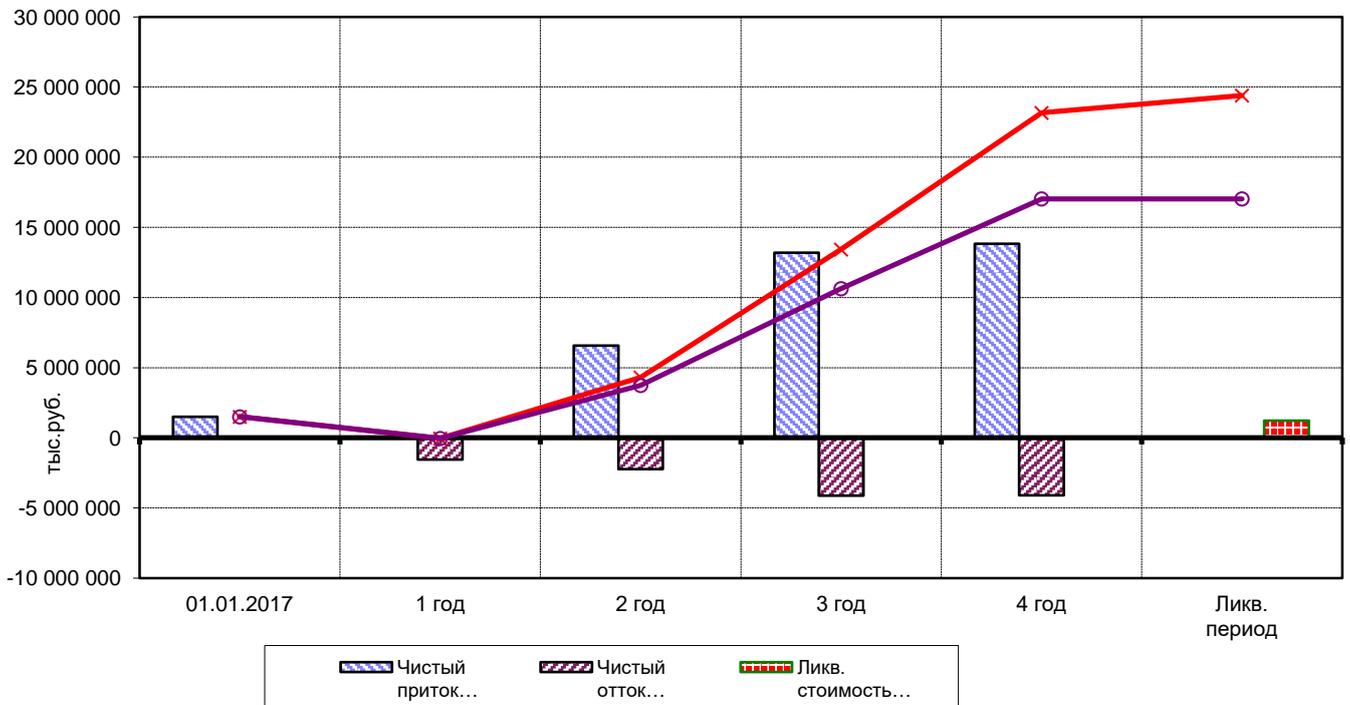
Диagr. 8.2. Движение денежных средств



Диаг. 8.3. Чистые доходы (для полных инвестиционных затрат)



Диаг. 8.4. Чистые доходы (для собственного капитала)



#### 8.2.4. Численность персонала и заработная плата

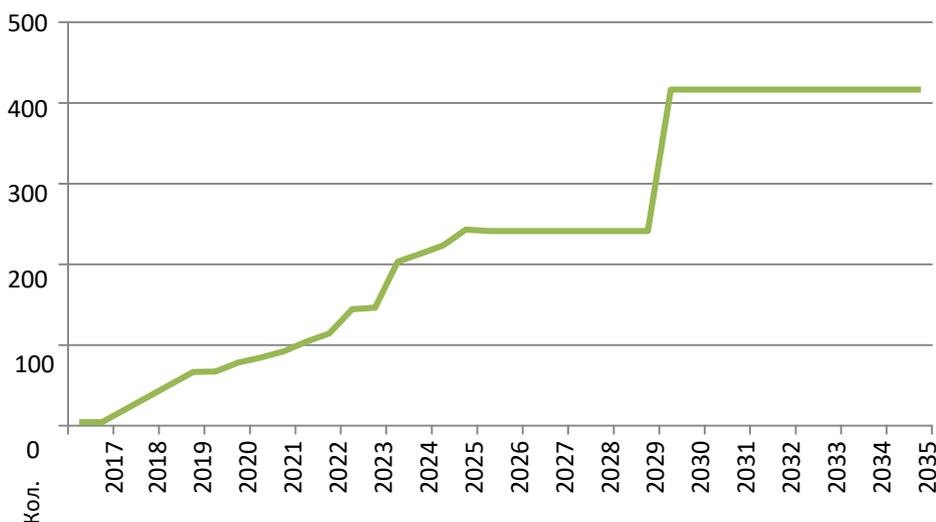
Структура штатного расписания Проекта представляет собой департаменты, разделенные на подразделения.

Таблица 8.2. – Численность персонала и забортная плата

№	Наименование категории персонала	Количество сотрудников	Средняя зарплата в месяц (тыс. руб.)
<b>Административно-управленческий</b>			
1	Директор	1	200
2	Финансовый директор	1	170
3	Руководитель департамента развития	1	130
4	Руководитель IT-департамента	3	150
5	Руководитель службы безопасности	1	150
6	Руководитель юридического департамента	1	150
7	Руководитель департамента международных связей	2	130
8	Руководитель дата-центра	2	150
<b>Основной персонал</b>			
9	Инженер-диспетчер	4	100
10	Энергетик	2	60
11	Програмисты серверного оборудования	3	150
12	Программисты PHP	5	150
13	Программисты Python	5	300
14	Программисты Android	5	150
15	Программисты Apple	5	150
<b>Вспомогательный производственный персонал</b>			
16	Сотрудники службы безопасности	9	30
17	Сотрудники службы уборки	4	20
<b>Сбытовой персонал</b>			
18	Менеджер по продаже рекламы	5	40
<b>Итого:</b>		<b>59</b>	<b>7 463</b>

В связи с постоянно растущим объемом пользователей будет увеличиваться и штат сотрудников «Сухба», наглядно динамику роста можно проследить на следующем графике:

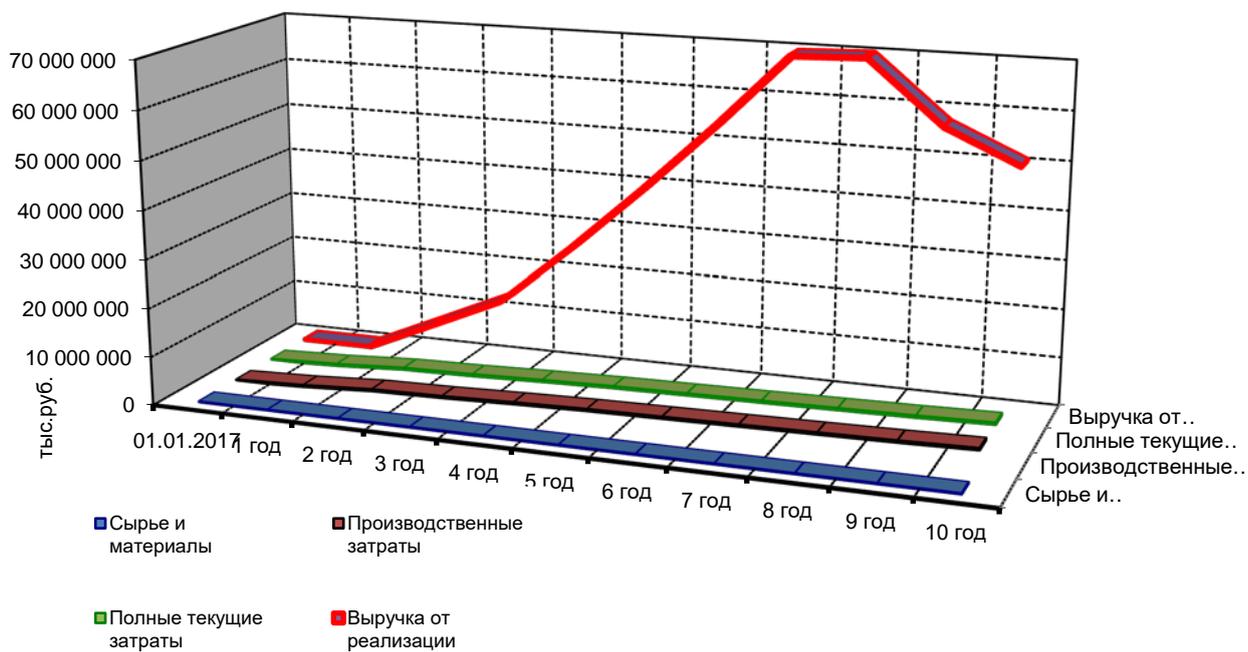
График 8.5. - Динамика штатных единиц.



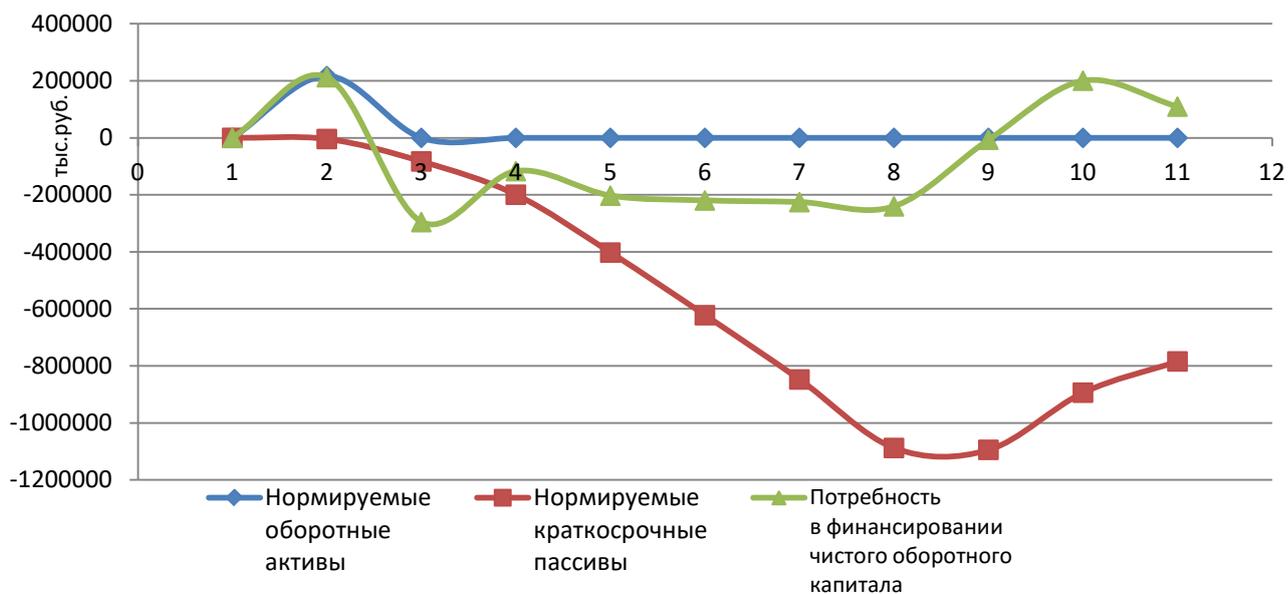
Динамика роста штатной единицы напрямую зависит от динамики роста числа пользователей.

## 8.2.5. Текущие затраты

Диэг. 8.6. Выручка / Текущие затраты



Диэг. 8.7. Чистый оборотный капитал



### 8.2.6. Капитальные затраты

Для реализации проекта планируется строительство дата-центра общей площадью 4880 кв.м. Наличие собственного дата-центра позволит обеспечивать быструю скорость работы проекта «Сухба».

Стоимость строительства 1 кв.м. дата-центра оценивается в 2400\$, согласно среднемировым ценам. Основным оборудованием дата-центра будут серверы, стоимость 1 сервера 393 000 рублей, для обеспечения бесперебойной работы проекта в первый год необходимо 1200 серверов, что в совокупности дает 471 751 тыс. руб. капитальных затрат. Серверы будут приобретаться по мере роста количества пользователей, на инвестиционной стадии за счет средств инвестора, а в дальнейшем - за счет собственной выручки. Доля расходов на приобретение серверов в общей выручке.

Таблица 8.3. Капитальные затраты тыс. руб.

Наименование	Стоимость, тыс. руб.
Дата-центр	717 545
Серверы	471 751
<b>Итого:</b>	<b>1 189 296</b>

### 8.3. Расчет выручки

Таблица 8.4. Планируемая выручка тыс. руб.

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА		01.01.2017	1 год	2 год	3 год	4 год	ВСЕГО
Длительность интервала планирования	дни	360					
Срок жизни проекта	год	4					
Выручка от реализации	тыс.руб.	0	0	6 575 487	13 213 736	13 829 036	33 618 259
Текущие затраты	тыс.руб.	0	479 959	1 280 256	1 550 093	1 534 314	4 844 622
Налоги и отчисления во внебюджетные фонды, пошлины	тыс.руб.	0	47 340	1 077 866	2 483 727	2 605 652	6 214 584
НДС в бюджет (+) из бюджета (-)	тыс.руб.	0	0	733 427	2 106 971	2 261 927	5 102 325
Чистая прибыль	тыс.руб.	0	-488 611	4 289 568	9 290 980	9 806 059	22 897 997
То же, нарастающим итогом	тыс.руб.	0	-488 611	3 800 957	13 091 937	22 897 997	22 897 997
Дивиденды	тыс.руб.	0	0	0	0	0	0
Потребность в финансировании постоянных активов	тыс.руб.	0	1 007 878	931 407	974 770	560 236	3 474 291
Потребность в финансировании чистого оборотного капитала	тыс.руб.	0	212 741	-295 407	-116 737	-10 684	-
Чистые доходы для полных инвестиционных затрат	тыс.руб.	0	-1 542 525	4 351 259	9 114 733	9 735 691	1 238 838
То же, нарастающим итогом	тыс.руб.	0	-1 542 525	2 808 734	11 923 467	21 659 158	22 897 997
Ставка сравнения (номинальная годовая)	%	15%					
NPV	тыс.руб.	15534601					
IRR (номинальная годовая)	%	347%					
Простой срок окупаемости	лет	1,4					
Дисконтированный срок окупаемости	лет	1,4					
Увеличение уставного капитала и целевое финансирование	тыс.руб.	1 500 000	0	0	0	0	1 500 000
Привлечение кредитов	тыс.руб.	0	0	0	0	0	0
Погашение задолженности	тыс.руб.	0	0	0	0	0	0
Выплаты процентов по кредитам	тыс.руб.	0	0	0	0	0	0
Общий коэффициент покрытия долга	разы	-	-	-	-	-	-
<b>Свободные денежные средства</b>	<b>тыс.руб.</b>	<b>1 500 000</b>	<b>-42 525</b>	<b>4 308 734</b>	<b>13 423 467</b>	<b>23 159 158</b>	<b>0 23 159 158</b>

#### 8.4. Инвестиционные издержки и источники их финансирования

Объем капитальных вложений на инвестиционной стадии составляет 1 500 000 тыс. руб., которые включают в себя первичное пополнение материальных запасов, расходы на управление и заработную плату до начала запуска платных сервисов и приложений, а также коммерческие и прочие расходы.

В дальнейшем источником финансирования оборотных средств будет служить выручка от реализации проекта.

Для реализации проекта планируется привлечение частного инвестора, который будет участвовать в проекте. Финансирование проекта будет осуществляться по всем правилам исламских финансов. В результате инвестор будет получать доход от проекта в размере 70% до возврата инвестиции. По возврату суммы инвестиций в проект соответственно своей доле в уставном капитале, которая будет равна не менее 30%.

Чистая прибыль по проекту к концу 2018 года планируется в размере 4 308 734 тыс. руб., таким образом, до конца 2018 года задолженность перед инвестором будет погашена.

***На период 3-го года проекта доходность для инвестора составит 300 % годовых.***

#### 8.5. Расчет прибылей, убытков и денежных потоков

Отчет о движении денежных средств - одна из основных форм финансовой отчетности, в которой суммируется информация о поступлении и выбытии денежных средств компании. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow Statement, кэш-фло) дополняет отчет о прибылях и убытках. Балансовый отчет отражает финансовое положение компании на определенный момент времени (конец учетного периода), а отчет о движении денежных средств поясняет изменения, произошедшие с одним из компонентов финансовой отчетности (денежными средствами) от одной даты балансового отчета до другой.

Прогнозный баланс представлен в **Приложении 1 «ТЭО Сухба»**. Отчет о прибылях и убытках отражает результаты деятельности компании за период, и эта деятельность является основным фактором, который изменяет состояние денежных средств, отражаемых в отчете о движении денежных средств. Информация о движении денежных средств предприятия полезна тем, что она предоставляет пользователям финансовой отчетности базу для оценки способности предприятия привлекать и использовать денежные средства и их эквиваленты.

Отчет о движении денежных средств, кроме того, содержит информацию, которая бывает полезна при оценке финансовой гибкости фирмы. Финансовая гибкость - это способность фирмы генерировать значительные суммы денежных средств с тем, чтобы своевременно реагировать на неожиданно возникающие потребности и возможности. Информация о движении денежных средств за прошлые периоды, особенно о движении денежных средств от основной деятельности, помогает оценить финансовую гибкость. Оценка способности фирмы пережить, например, неожиданное падение спроса может включать в себя анализ движения денежных средств от основной деятельности за прошлые периоды. Чем значительнее потоки денежных средств, тем выше окажется способность фирмы выдержать неблагоприятные изменения экономических условий. Кэш-фло состоит из трех основных разделов:

- операционная деятельность - денежные потоки, возникающие, как правило, основной, приносящей доход деятельности компании;

- инвестиционная деятельность - расходы на ресурсы, предназначенные для генерирования будущего дохода;
- финансовая деятельность - денежные потоки, связанные с формированием капитала компании.

Кэш-фло от операционной деятельности может составляться одним из двух методов:

- прямой метод, при котором раскрываются основные виды валовых денежных поступлений и платежей, т.е., фактически это отчет о прибылях и убытках, составленный на основе кассового метода;
- косвенный метод, при котором чистая прибыль или убыток корректируется с учетом результатов операций неденежного характера и изменений в текущих активах и обязательствах компании.

Расчеты кэш-фло данного проекта проводились прямым методом.

Отчет о прибылях и убытках **Приложении 1 «ТЭО Сухба»** - это табличное представление финансовых результатов деятельности организации за определенный период. Отчет о прибылях и убытках является одной из двух важнейших форм бухгалтерской отчетности (форма №2). Отчет о прибылях и убытка раскрывает ключевые финансовые показатели работы предприятия, такие как выручка, себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы, прочие доходы и расходы, а также итоговый финансовый результат. Данная форма содержит показатели за определенный период нарастающим итогом.

## 8.6. Оценка экономической эффективности проекта

Положительная величина чистой приведенной стоимости (NPV) подтверждает целесообразность вложения средств в рассматриваемый проект.

Реальная внутренняя норма прибыли проекта (IRR), т.е. условная ставка дохода по проекту без учета инфляции выше используемой ставки дисконтирования и определяет максимальную реальную «банковскую» ставку кредита, погашаемого в пределах срока жизни проекта (при отсутствии собственного капитала).

Если расчет чистого дисконтированного дохода инвестиционного проекта дает ответ на вопрос, является он эффективным или нет при некоторой заданной норме дисконта, то внутренняя норма доходности проекта определяется в процессе расчета и затем сравнивается с требуемой инвестором нормой дохода на вкладываемый капитал.

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

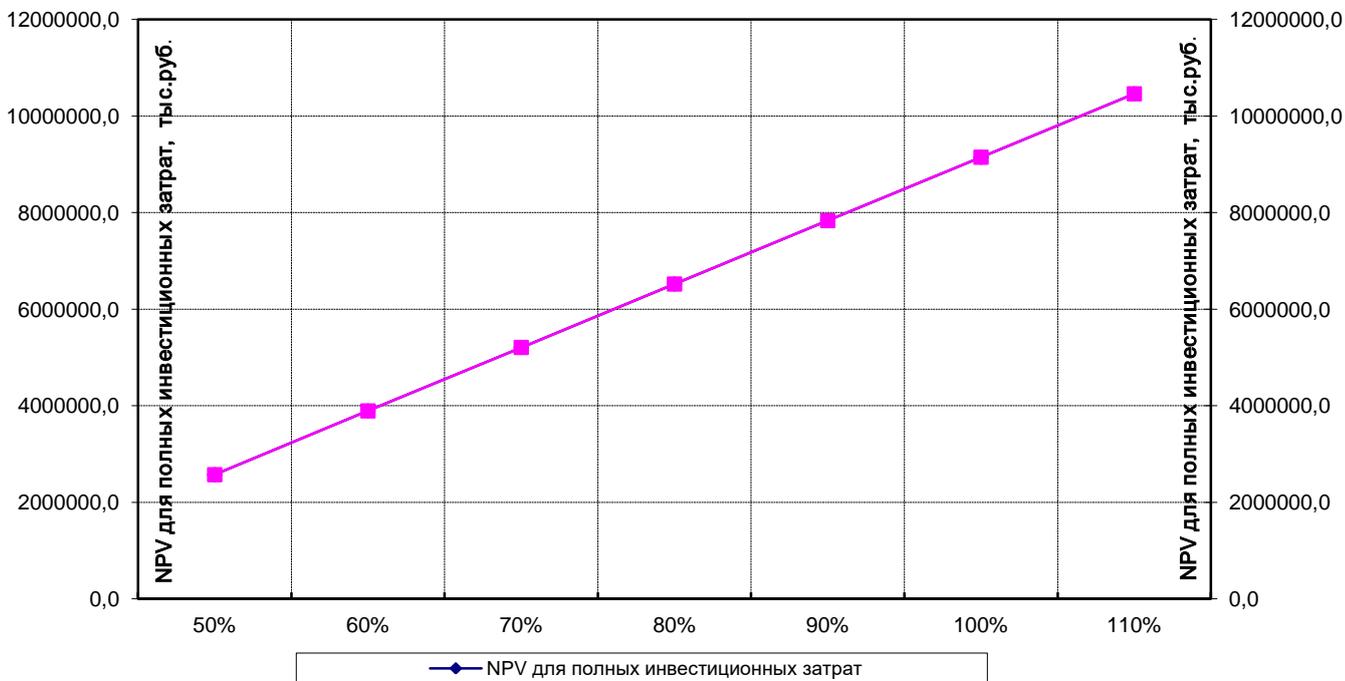
## 9. Оценка рисков

### 9.1 Анализ чувствительности

Расчет основных данных, произведенный в постоянных ценах, показывает, что деятельность Инициатора Проекта является эффективной и устойчивой с экономической точки зрения.

**Диаг. 8.8. ОДНОПАРАМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ**

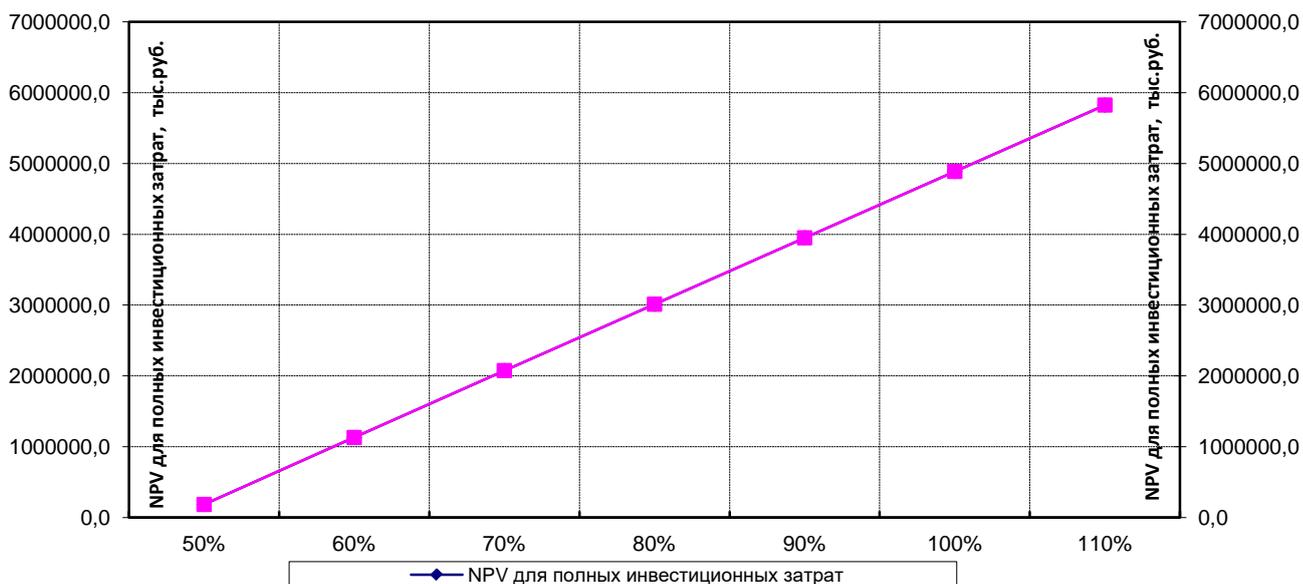
Исходный параметр: Уровень объема производства



Анализ чувствительности деятельности показывает, что на расчетный период проект остается рентабельным при уменьшении объема продаж не более чем 8% (диаг. 8.8)

**Диаг. 8.9. ОДНОПАРАМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ**

Исходный параметр: Уровень цен на реализуемую продукцию



Анализ чувствительности деятельности показывает, что на расчетный период проект остается рентабельным при увеличении объема инвестиций в постоянные активы более чем на 200% (диаг. 8.9)

## 9.2 Оценка проектных рисков

Учет и оценка рисков реализации проекта, а также разработка плана мероприятий по недопущению и/или сокращению воздействия того или иного вида риска является важным направлением в реализации проекта. Реализация проекта может быть сопряжена со следующими группами рисков:

- инвестиционные;
- производственные;
- финансовые;
- макроэкономические

Таблица 9.1. Инвестиционные риски

Риски	Причины возникновения рисков	Механизм нейтрализации или сокращения рисков
Задержка	- Возникновение	- Постоянный мониторинг этапов
Разработки ПО	Непредвиденных ошибок, сбоев в системе	Разработки и внедрения.
Задержки финансирования	Несвоевременное зачисление средств, необходимых для финансирования проекта	- Заключение договора на предоставление финансирования на необходимую сумму - Создание резервов денежных средств
Риски потери имущества	Потери имущества по причине хищений, стихийных бедствий	- Использование охранных систем - Страхование имущества
Увеличение инвестиционных затрат	Увеличение стоимости оборудования	- Предварительная проработка подрядчиков и поставщиков оборудования - Оперативный мониторинг реализации проекта

**Вероятность наступления инвестиционных рисков оценивается как низкая.**

**Таблица 9.2 - Производственные риски**

Риски	Причины возникновения рисков	Механизм нейтрализации или сокращения рисков
Снижение планируемых объемов реализации	- Изменение конъюнктуры рынка - Появление большого числа конкурентов	- Маркетинговый мониторинг - Постоянный поиск и привлечение новых пользователей
Снижение цены услуг	- Конкуренция - Демпинговая стратегия конкурентов - Ухудшение конъюнктуры рынка - Ценовая инфляция	- Маркетинговый мониторинг - Быстрое реагирование на изменение ситуации на рынке - Проведение продуманной ценовой политики
Недостаток оборотных средств	- Невыполнение плана реализации - Нецелевое использование оборотных средств	- Финансовый анализ сбытовой деятельности

**Вероятность наступления производственных рисков оценивается как средняя.**

**Таблица 9.3. Финансовые риски**

Риски	Причины возникновения рисков	Механизм нейтрализации или сокращения рисков
Потеря платежеспособности	- Недостаточность собственных и средств инвестора для погашения текущих обязательств - Большая величина дебиторской задолженности	- Разработка календарного графика реализации проекта с применением консервативного подхода при определении сроков и ожидаемых результатов

**Вероятность наступления финансовых рисков оценивается как минимальная.**

**Таблица 9.4. Макроэкономические риски**

Риски	Причины возникновения рисков	Механизм нейтрализации или сокращения рисков
Макроэкономические изменения в стране	- Инфляционный риск	Планирование денежного потока проекта с учетом резерва денежных средств
Снижение платежеспособного спроса	- Снижение уровня доходов населения - Повышение общего уровня цен	- Мониторинг общеэкономической ситуации в стране - Гибкая ценовая политика

**Вероятность наступления экономических рисков оценивается как средняя.**

**Тухтаров Т.Р.**

**Директор ООО «Сухба»**

**м.п. \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_ 18.01.2017**