

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 И. В. Панасенко
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Разработка бизнес-плана по открытию СТО г. Абакана
тема

Руководитель	<u> </u> подпись, дата	<u>Зав.ПФС</u> должность, ученая степень	<u>Л.Н. Силютин</u> инициалы, фамилия
Выпускник	<u> </u> подпись, дата		<u>А.С. Молявко</u> инициалы, фамилия

Абакан 2017

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме _____
Разработка бизнес-плана по открытию СТО г. Абакана

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть
наименование раздела

подпись, дата

Л.Н. Силютин
инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

подпись, дата

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

Н.Л. Сигачева
инициалы, фамилия

РЕФЕРАТ

ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы: Разработка бизнес-плана по открытию СТО г. Абакана.

Выпускная квалификационная работа выполнена на 63 страницах, с использованием 2 иллюстраций, 18 таблиц, 2 приложений, 44 использованных источников, 14 количество листов графического материала.

Ключевые слова: БИЗНЕС-ПЛАН, БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ, РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА, УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ

Автор работы, гр. № 73-1 _____
подпись

А.С. Молявко
инициалы, фамилия

Руководитель работы _____
подпись

Л.Н. Силютин
инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы: 2017

Цель: Разработка бизнес-плана по открытию СТО г. Абакана.

Задачи: экономически обосновать целесообразность реализации бизнес-плана; разработать бизнес-плана по открытию СТО газобаллонного оборудования; спрогнозировать показатели эффективности бизнес-плана ;

Актуальность темы: заключается в том, что в современных условиях развития экономики бизнес-план необходим поскольку, является одной из самых важных составляющих планирования, так определяются цели и стратегии их достижения, формируются финансовые потоки, оцениваются риски и эффективности проекта.

Научная и практическая новизна, эффективность: бизнес-план составляется в целях эффективного управления и планирования бизнеса и является одним из основных инструментов управления предприятием, определяющих эффективность его деятельности.

Вывод: открытие СТО газобаллонного оборудования является мало затратным бизнесом, на него оказывают влияние рыночные, конкурентные, ценовые и другие факторы, но поскольку все показатели рентабельности достаточно высоки – это свидетельствует о результативной деятельности фирмы и характеризует эффективность вложений связанных с реализацией данного бизнес-плана.

SUMMARY

The theme of the paper is: Development of a business plan for the opening of the CRS in Abakan.

The paper has 63 pages, 2 illustrations, 18 tables, 2 applications, 44 references, 14 sheets of graphic material.

Keywords: BUSINESS PLAN, BUSINESS PLANNING, BUSINESS PLAN DEVELOPMENT, BUSINESS MANAGEMENT

Author, gr. № 73-1

signature

A.S. Molyavko

initials, surname

Supervisor

signature

L.N. Silyutina

initials, surname

Supervisor in English

signature

E.A. Nikitina

initials, surname

Year - 2017

Goal: Development of a business plan for the opening of the CRS in Abakan.

Objectives: to economically justify the feasibility of implementing a business plan; to develop a business plan for the opening of CRS gas-cylinder equipment; To forecast the performance indicators of the business plan;

Actuality of the theme: in the modern conditions of economic development the business plan is necessary because it is one of the most important components of planning, so the goals and strategies for achieving them are defined, financial flows are formed, the risks and the effectiveness of the project are assessed.

Scientific and practical novelty, efficiency: the business plan is compiled for the purposes of effective business management and planning and is one of the main tools of enterprise management that determine the effectiveness of its activities.

Conclusion: the opening of CRS of gas-cylinder equipment is a little expensive business, it is influenced by market, competitive, price and other factors, but since all profitability indicators are quite high - this indicates the company's performance and characterizes the effectiveness of investments related to the implementation of this business plan.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1 Теоретическая часть. Теоретические аспекты составления бизнес-плана ..	8
1.1 Бизнес- план предприятия: его цели и задачи	8
1.2 Составные разделы бизнес плана	11
1.3 Основные экономические показатели бизнес-плана	16
2 Проектная часть. Разработка бизнес-плана по открытию СТО газобаллонного оборудования	23
2.1 Обоснование открытия автосервиса газобаллонного оборудования.....	22
2.2 Разработка бизнес- плана	26
2.3 Оценка экономической эффективности бизнес-плана	48
Заключение	57
Список использованных источников	50
Приложения А – Б	63

ВВЕДЕНИЕ

Каждый предприниматель, как начинающий, так и опытный, должен не только ясно представлять себе потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах их получения, но и уметь четко рассчитывать эффективность использования этих ресурсов в процессе производственно-хозяйственной деятельности фирмы.

Невозможно добиться стабильного успеха в бизнесе без четкого планирования своей деятельности, постоянного сбора информации как о состояниях целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

Бизнес-план составляется в целях эффективного управления и планирования бизнеса и является одним из основных инструментов управления предприятием, определяющих эффективность его деятельности. Создание новых проектов предполагает предварительное экономическое обоснование их целесообразности, последующее планирование необходимых затрат на их осуществление и ожидаемых конечных результатов.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что в современных условиях развития экономики бизнес-план необходим поскольку, является одной из самых важных составляющих планирования, так как при составлении бизнес-плана фирмы дается характеристика процесса, определяются цели и стратегии их достижения, формируются финансовые потоки, оцениваются риски и эффективности проекта.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение теоретических аспектов составления бизнес-плана, разработка бизнес-плана по открытию СТО занимающегося установкой газобаллонного оборудования в городе Абакане, расчет эффективности данного проекта. В соответствии с данной целью были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть необходимость и сущность бизнес-плана, его цели и задачи;

- изучить составные разделы бизнес-плана и основные экономические показатели;
- экономически обосновать целесообразность реализации бизнес-плана;
- разработать бизнес-плана по открытию СТО газобаллонного оборудования;
- спрогнозировать показатели эффективности бизнес-плана.

Предметом исследования являются теоретические и практические вопросы функционирования бизнес-планирования.

Объектом исследования выступает бизнес-план по созданию СТО занимающегося установкой газобаллонного оборудования.

Теоретической и методологической основой данного исследования послужили труды специалистов в области бизнес-планирования.

Информационную базу составили научная, специальная и учебная литература, статистические данные и ресурсы Интернета.

Работа содержит конкретные предложения, направленные на разработку бизнес-плана открытия СТО газобаллонного оборудования.

Структурно работа разделена на две части: теоретическую и проектную.

В 1 части – теоретической – рассмотрены теоретические аспекты бизнес планирования. Раскрыта сущность, цели и задачи бизнес-плана , как основного метода внутрифирменного планирования, так же изучены основные экономические показатели бизнес-планирования.

Во 2 части – проектной – обосновано открытие СТО газобаллонного оборудования, разработан бизнес-план по его открытию, рассчитаны показатели эффективности.

В заключении сформулированы основные выводы, рекомендации и предложения по результатам данного исследования.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА

1.1 Бизнес-план предприятия: его цели и задачи

Бизнес-план является результатом комплексного исследования различных сторон деятельности фирмы (производства, реализации продукции). Это краткое и понятное описание предполагаемого бизнеса, главный инструмент при рассмотрении большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее правильные решения и определить средства для их достижения.

В условиях рынка нереально добиться успеха в бизнесе, если не планировать эффективного его развития, не собирать информацию о собственных перспективах, о состоянии рынков, положении на них конкурентов. Бизнес-планирование предусматривает решение стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием.

Цель разработки бизнес-плана – дать обоснованную, целостную, системную оценку перспектив развития фирмы, то есть спрогнозировать и спланировать ее деятельность на ближайший период и перспективу, исходя из потребностей рынка и возможностей фирмы по их удовлетворению. [7 с.16]

Побудительными причинами планирования деятельности можно считать:

1) Процесс бизнес-планирования, включающий анализ, идеи, заставляет предпринимателя объективно, критически и беспристрастно взглянуть на свой бизнес со всех сторон. План – это хорошо проложенный маршрут, отражающий очередность действий и приоритеты в условиях ограниченных ресурсов и способствующий предотвращению ошибок при его реализации.

2) Бизнес-план является сам рабочим инструментом, который при надлежащем использовании поможет предпринимателю оперативно контролировать и управлять фирмой.

3) Законченный бизнес-план является средством предпринимателя для доведения идей своего бизнеса до всех заинтересованных лиц (банковскому менеджеру, другим финансовым инвесторам, государственным учреждениям, профессиональным консультантам), включая работников фирмы. [16 с.23]

Главной целью при разработке бизнес-плана является планирование хозяйственной деятельности фирмы, на ближайшие и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Бизнес-план является документом, позволяющим управлять бизнесом, поэтому его можно представить как неотъемлемый элемент стратегического планирования и как руководство исполнения и контроля. Важно рассматривать его, как процесс планирования и инструмент управления внутри фирмы. Бизнес-план помогает предпринимателю решить следующие основные задачи:

- определить конкретное направление деятельности фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках;
- сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегии и тактики их достижения;
- выбрать номенклатуру и определить показатели товаров и услуг, которые будут предлагаться фирмой потребителям, а так же оценить издержки по их созданию и реализации;
- оценить соответствие кадров фирмы и условий мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей;
- определить состав маркетинговых мероприятий фирмы по изучению рынка, организации рекламы, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта;
- добиться максимизации прибыли в конкретных условиях;
- оценить материальное и финансовое положение фирмы;

- предусмотреть трудности, которые могут помешать выполнению бизнес-плана. [11 с. 45]

Планирование деятельности фирмы с помощью бизнес-плана сулит не мало выгод, в том числе:

- 1) обязывает руководителей активно заниматься перспективами фирмами;

- 2) позволяет осуществлять более четкую координацию предпринимательских усилий по достижению поставленных целей;

- 3) устанавливает показатели деятельности фирмы, необходимые для последующего контроля;

- 4) делает фирму более подготовленной к внезапным изменениям рыночных ситуаций, то есть уменьшает время адаптации; [17 с.34]

- 5) устанавливает обязанности и персональную ответственность всех руководителей фирмы по обеспечению достижения поставленных целей.

Бизнес-планирование, как необходимый элемент управления выполняет в системе предпринимательской деятельности ряд важнейших функций, среди которых наибольшее значение имеют следующие:

- инициирование – активизация, стимулирование и мотивация намеченных действий, проектов и сделок;

- прогнозирование – предвидение и обоснование желаемого состояния фирмы в процессе анализа и учета совокупности факторов;

- оптимизация – обеспечение выбора допустимого и наилучшего варианта развития предприятия в конкретной социально-экономической среде;

- координация и интеграция – учет взаимозависимости всех структурных подразделений компании с ориентацией на единый общий результат;

- безопасность управления – обеспечение информацией о возможных рисках для своевременного принятия упреждающих мер по уменьшению или предотвращению отрицательных последствий;

- упорядочение – создание единого общего порядка для успешной работы и ответственности;
- контроль – возможность оперативного отслеживания выполнения плана, выявления ошибок и возможной его корректировки;
- воспитание и обучение – благоприятное воздействие образцов рационально спланированных действий на поведение работников и возможность обучения их, в том числе на ошибках;
- документирование – представление действий в документальной форме, что может быть доказательством успешных или ошибочных действий фирмы.

Любой бизнес-план должен давать убедительные ответы для самого предпринимателя и его возможных партнеров, по крайней мере на пять основных вопросов (Рисунок 1).

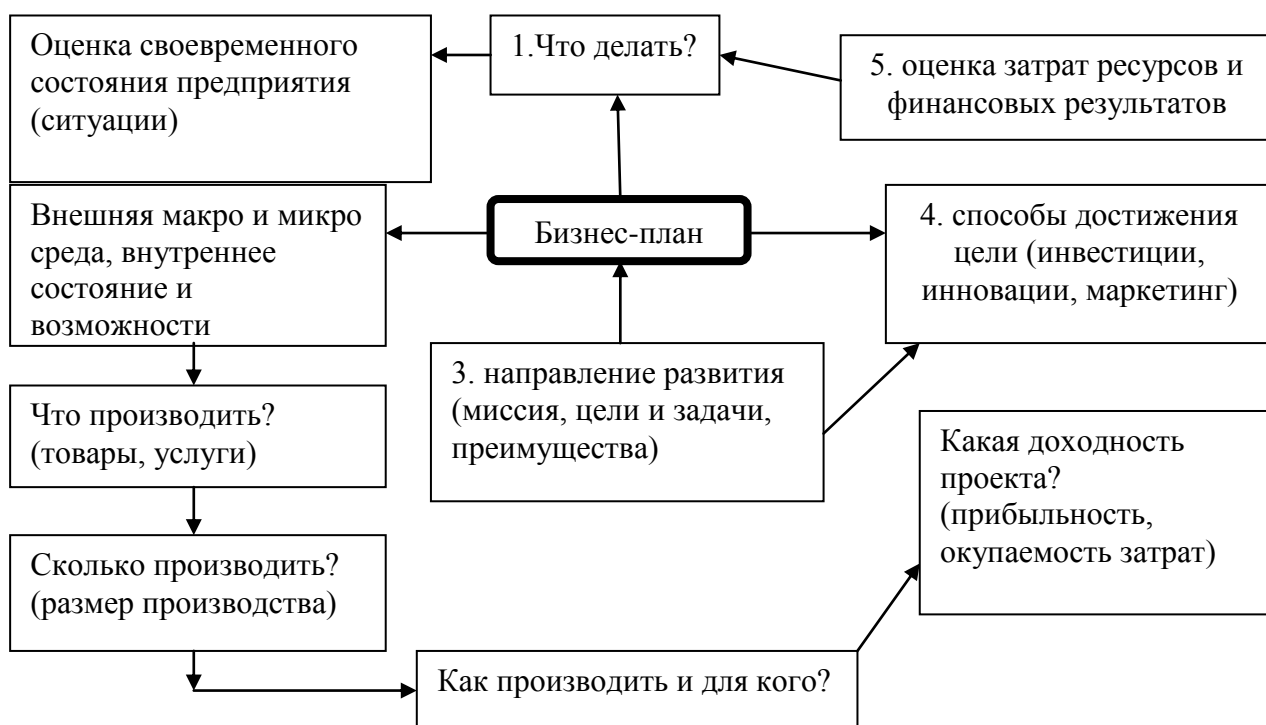


Рисунок 1 – Назначение бизнес-плана и его основные элементы

При разработке бизнес-планов необходимо соблюдать основополагающие принципы планирования, которые создают предпосылки для успешной деятельности предприятия в конкретной экономической среде. Основные принципы в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Основные принципы планирования

№	Принципы планирования	Содержание
1.	Необходимость	Обязательное применение планов в любой сфере деятельности является рациональным поведением людей. Прежде чем действовать каждый должен знать, что хочет и может.
2.	Непрерывность	Процесс планирования на предприятии должен осуществляться постоянно путем: последовательной разработки новых планов по окончанию действия планов предыдущих периодов; скользящего планирования – по истечении части планового периода составляется обновленный план, в котором увеличивается горизонт планирования.
3.	Эластичность и гибкость	Приспособления первоначальных планов к изменяющимся условиям путем: введения плановых резервов по основным показателям; использование оперативных планов для учета возникающих изменений среды; использование альтернативных планов.
4.	Единство и полнота	Системность достигается основными способами: наличием общей экономической цели и взаимодействием всех структурных подразделений предприятия; включения в план факторов, которые могут иметь значение для принятия решений.
5.	Точность и детализация	Любой план должен быть составлен с достаточно высокой степенью точности для достижения поставленной цели
6.	Экономичность	Расходы на планирование должны соизмеряться с получаемыми от него выгодами.
7.	Оптимальность	На всех этапах планирования должен обеспечиваться выбор наиболее эффективных вариантов решений.
8.	Вариантность	Разработка нескольких альтернативных вариантов плана: оптимистического, пессимистического.
9.	Адекватность	Соответствие плановых показателей реальной ситуации.

Основополагающие принципы планирования тесно связаны между собой в конечном расчете ориентируют предпринимателей на всестороннее обоснование плановых показателей и достижение наилучших социально-экономических результатов предприятия. Они определяют содержание и

ориентацию плановой работы на всех стадиях обоснования проекта и его последовательной реализации. [34 с.54]

Формирование бизнес-плана, идеи создания новой или существенного изменения уже действующей фирмы проходит несколько этапов, которые можно укрупнять или детализировать в разной степени (Рисунок 2).



Рисунок 2 – Этапы бизнес-планирования

Бизнес-план необходим для эффективной работы предприятия в условиях рынка. Для любого предприятия существуют свои особенности в разработке стратегий развития, так как каждое предприятие придерживается собственных направлений в бизнесе, финансовой политике и хозяйственной деятельности. Но в целом структура бизнес-плана для всех фирм практически одинакова. Он состоит из четко регламентированных разделов, принятых в мировом бизнес-сообществе, в которых кратко и ясно изложены основные данные проекта и его главные цели.

1.2 Составные разделы бизнес-плана

Бизнес-планирование – это упорядоченная совокупность стадий и действий, связанных с ситуационным анализом окружающей среды, постановкой целей бизнес-планирования, осуществлением планирования (разработкой бизнес-плана), продвижением бизнес-плана на рынок интеллектуальной собственности, реализацией бизнес-плана, контролем за его выполнением. Разработка бизнес-плана производится последовательно, путем поэтапного приближения к конечному результату:

На первом этапе подготовки определяется миссия (философия, введения предприятия) – краткое описание хозяйственной единицы, ее основных целей, предназначения, сферы деятельности, норм поведения и роли в решении социальных задач. Предприятие в данном случае выступает в виде системы и понимается как:

- производитель товаров (услуг, работ) для обеспечения рынка;
- конкурент другим производителям;
- часть рыночной экономики.

На втором этапе определяются цели разработки бизнес-плана. В системе бизнеса цель выполняет функции:

- инициативы – сопоставление существующего и желаемого состояния фирма, мотива действий;
- критерия принятия решений – оценка информации и выбора альтернатив, определение направлений бизнеса;
- инструмента управления – руководящие требования к действиям, определение направлений бизнеса;
- координации – обеспечение бесконфликтных отношений лиц, принимающих решения, согласование работ специализированных подразделений;
- контроля – сопоставление оперативного состояния показателей хозяйственной деятельности с целенным их уровнем.

На третьем этапе, после определения миссии, целей, стратегии предприятия, устанавливается общая структура самого бизнес-плана. На

объем и структуру бизнес-плана влияют размеры предприятия и поставленные задачи. В настоящее время в России нет единых нормативных требований к составлению бизнес-плана обоснованию проекта создания фирмы и ее функционирования. Но чаще всего применяется общая структура бизнес плана, которая содержит следующие разделы:

1) Резюме – краткое изложение основных положений предполагаемого плана, включающий следующие принципиальные данные:

- идеи, цели и суть проекта;
- особенности предлагаемых товаров (услуг, работ) и их преимущества в сравнении с аналогичной продукцией;
- стратегии и тактика достижения поставленных целей;
- основные факторы успехов.

2) Анализ и оценка рынка – анализ текущего состояния и перспектив развития избранной отрасли бизнеса, включая характеристику:

- сегмента рынка;
- потенциальных клиентов и их возможности;
- определение стадии развития выбранной отрасли.

Целесообразно провести статистику продажи товаров и услуг данной тематики на рынке, классификацию пользователей и распределителей, оценку ежегодно потребляемой продукции, если продукция фирмы претендует на определенную нишу на нем.

3) Анализ конкурентной среды. В системе маркетинга организация, действующая на рынке, функционирует не обособленно, а с учетом всей совокупности отношений, связывающих ее с другими субъектами рынка. Наличие конкурирующих фирм поражает такое явление в экономике как конкуренция. Определение реальных конкурентов начинается с исследования предпочтений потребителей, а именно – какие товары или услуги потребители сравнивают между собой, планируя покупку.

4) План маркетинга. Для организации эффективной предпринимательской деятельности, важное значение на стадии разработки бизнес-плана имеют маркетинговые исследования, оценка рыночных возможностей предприятия, спрос на выпускаемую продукцию, способы продвижения товаров на различные типы рынков.

5) Организационный план – обосновывает выбор организационно-правовой формы предприятия, организационную и производственную структуру предприятия. Организационная структура представляет собой способ и форму объединения работников для достижения поставленных перед предприятием производственных и управленческих целей. Она документально фиксируется в графических схемах структуры, штатных расписаниях персонала, положениях о подразделениях аппарата управления предприятия, должностных инструкциях отдельных исполнителей. Организационную структуру характеризуют количество звеньев, иерархичность, характер распределения полномочий и ответственности по вертикали и горизонтали структуры системы управления.

6) Финансовый план. Раздел бизнес-плана рассматривает вопросы финансового обеспечения деятельности фирмы, регулирует издержки производства товаров или услуг в форме сметы затрат и себестоимости. Смета затрат – это группировка затрат или расходов по их экономическому содержанию и однородности. Имеет следующие экономические элементы:

- материальные затраты;
- фонд оплаты труда;
- единый социальный налог;
- амортизационные отчисления;
- прочие расходы.

7) Оценка экономической эффективности. В разделе определяется целесообразность реализации проекта на основании системы показателей эффективности реализации проекта, а также выявляются результаты финансовой деятельности фирмы.

8) Оценка рисков. Деятельность субъектов хозяйственных отношений постоянно связана с риском. С развитием рыночных отношений бизнес осуществляется всегда в условиях неопределенности и изменчивости как внешней, так и внутренней среды. Это значит, что постоянно возникает неясность в полезности ожидаемого конечного результата и, следовательно, возникает опасность непредвиденных потерь и неудач. Структура раздела "Оценка и риски" имеет следующий вид:

- формирование полного перечня возможных рисков;
- оценка вероятности проявления рисков;
- ранжирование рисков по вероятности проявления;
- оценка ожидаемых размеров убытков при их осуществлении;
- установление и обоснование приемлемого уровня риска;
- выделение наиболее существенных рисков;
- страхование рисков.

9) приложения.

Представленная структура бизнес-плана носит рекомендательный характер и не претендует на роль обязательной. Перечень разделов и их содержание в зависимости от поставленных задач может дополняться или уточняться в связи с условиями, в которых функционирует предприятие.

Бизнес-план составляется в целях эффективного управления и планирования бизнеса и является одним из основных инструментов управления предприятием, определяющих эффективность его деятельности.

[19 с.6]

1.3 Основные экономические показатели бизнес-плана

Бизнес-план составляется в целях эффективного управления и планирования предприятия и является одним из основных инструментов управления, определяющих эффективность его деятельности.

В условиях рынка и жестокой конкурентной борьбы предприятие должно уметь быстро и адекватно реагировать на изменения, происходящие во внешней среде и внутри самого предприятия.

Это становится возможным, когда выполняется несколько условий:

- 1) администрация и инвестор правильно оценивают реальное финансовое положение предприятия и его место на рынке;
- 2) существуют конкретные цели, к достижению которых должно стремиться предприятие;
- 3) планируется и выполняется каждый шаг по достижению этих целей;
- 4) администрация предприятия и инвестор понимают суть процессов происходящих на рынке, во внешней среде и внутри самой организации.

Бизнес-план составляется для внутренних и внешних целей. В подавляющем большинстве случаев, так уж сложилось в нашей стране, бизнес-план начинают составлять, когда необходимо привлечь инвестиции. Но дело в том, что это только одна сторона дела, на самом деле он составляется не только для внешних целей. [27 с.23]

Создание новых проектов предполагает предварительное экономическое обоснование их целесообразности, последующие планирование необходимых затрат на их осуществление и ожидаемых конечных результатов.

Следовательно, любой бизнес-план должен иметь соответствующий план обоснования оптимальных показателей производства и продажи товаров или услуг.

Оценка эффективности бизнес-плана призвана определить, насколько цена приобретаемого актива (размер вложений) соответствует будущим доходам с учетом всех рисков. Это дает возможность, быстро определить действенность вложения денежных средств в новый проект.

Важнейшая задача экономического анализа бизнес-планирования состоит в расчете будущих денежных потоков, возникающих при реализации

товаров или услуг. Финансовым результатом деятельности предприятия является прибыль. [12 с.34]

Прибыль – это абсолютный показатель деятельности предприятия. Прибыль от реализации продукции, работ, услуг определяется как разность между выручкой от реализации продукции, работ, услуг и затратами на производство и реализацию продукции наглядно представлена в формуле (1.1)

$$\text{ПРП} = \text{ВРП} - \text{С} \quad (1.1)$$

где ПРП - прибыль от реализации продукции, работ, услуг;

ВРП – выручка от реализации продукции, работ, услуг, то есть денежные средства, полученные предприятием от реализации продукции, работ, услуг;

С – себестоимость произведенной продукции, работ, услуг, то есть величина затрат на производство и реализацию продукции, работ, услуг.

Выручка от реализации продукции, работ, услуг определяется по представленной формуле (1.2).

$$\text{ВРП} = N \times Ц \quad (1.2)$$

где N - количество продукции, работ, услуг i-го вида;

Ц - цена продукции, работ, услуг i-го вида.

На практике любое предприятие финансирует свою деятельность, в том числе и инвестиционную, из различных источников. В качестве планы за пользование авансированным капиталом оно уплачивает проценты, то есть несет обоснованные расходы на поддержание своего экономического потенциала.

Рентабельность – это относительный показатель соизмеряющий результаты с произведенными затратами, которые обеспечили этот результат. Рентабельность является относительной характеристикой финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия, показатели которой характеризуют относительную доходность предприятия, измеряемую в процентах к затратам средств или капитала с различных позиций. Чтобы оценить уровень эффективности работы предприятия, получаемый результат (доход, прибыль) сопоставляют с затратами или используемыми ресурсами. Такое соизмерение прибыли с затратами означает рентабельность или, если быть точнее, норму рентабельности. Рентабельность продаж (реализации) определяется по формуле (1.3).

$$R_{рп} = \frac{Прп}{Врп}$$

(1.3)

где Прп- прибыль от продаж

Врп – выручка от продаж

При расчете эффективности, важное значение имеет выбор порогового значения рентабельности. Чем выше пороговое значение рентабельности, тем в большей степени обобщающие показатели учитывают фактор времени, так как именно пороговое значение рентабельности используется в качестве норматива приведения по фактору времени. Более отдаленные во времени доходы, и расходы оказывают все меньшее влияние на их своевременную оценку.

Пороговое значение рентабельности возрастает с увеличением риска. По общепринятой в мировой практике классификаций инвестиций значение для рискованных капитальных вложений составляет 25 %. В других исследованиях отмечается, что для обычных проектов приемлемо значение 16%, для новых проектов на стабильном рынке 20%, для проектов с новой технологией 24%.

Точка безубыточного производства (или точка критического объема производства) - это такой объем реализации, при котором полученная выручка от реализации продукции обеспечивает возмещение всех затрат, но не дает возможности получить прибыль, то есть это нижний предельный объем выпуска продукции, при котором прибыль равна нулю. Разность между фактическим количеством реализованной продукции и безубыточным объемом продаж продукции - это зона прибыльности, и чем она больше, тем прочнее финансовое состояние предприятия. Точка безубыточности определяется по формуле (1.4).

$$ТБ = \frac{З_{пост}}{Ц - З_{пер}}, \text{ где}$$

(1.4)

где $З_{пост}$ - условно-постоянные затраты на весь объем производства продукции;

$З_{пер}$ - условно-переменные затраты на единицу изделия;

$Ц$ - цена на единицу изделия.

Каждый из рассмотренных показателей несет определенную смысловую и экономическую нагрузку. Поэтому целесообразно проводить комплексный расчет эффективности по всем перечисленным показателям. Именно в этом случае можно достаточно четко определить, будет ли удачным вложение средств, в проект.

Выбранная социально-экономическая цель фирмы на предстоящий период ее производственно-хозяйственной или иной деятельности должна получить наиболее полное отражение в разрабатываемом бизнес-плане. На вновь создаваемые или открываемые фирмы и предприятия разрабатывается в соответствии с проектом комплексный бизнес-план, включающий подробные технико-экономические расчеты по всем разделам и показателям проектирования, строительства и освоения нового производства товаров и услуг. [19с.47]

На действующих предприятиях бизнес-планы обычно создаются с целью достижения соответствующих стратегических, тактических или оперативных направлений или задач, связанных с дальнейшим развитием производственных или функциональных подразделений, реструктуризацией или расширением организации и. При стабильной и устойчивой работе предприятия бизнес-план может быть направлен на обновление основных производственных фондов и развитие новых технологий. При значительном спаде производства, имеющем место в переходный период, бизнес-план должен предусматривать поиск новых рынков, расширение сбыта продукции. В одних случаях требуется разработка комплексных бизнес-планов, в других локальных бизнес - проектов. Бизнес-планы нужны на открытие любого нового проекта или своего дела всем производителям и предпринимателям.

Исходя из выше изложенного, можно сделать вывод, что вновь созданное предприятие должно иметь четко отлаженный и управляемый механизм, включающий концентрацию внимания на рынке, финансовое продвижение и умение определять наиболее эффективное применение своих сил, способностей и возможностей. Документом, включающим все эти требования, с полной ориентацией на достижение успеха главным образом в финансово - экономической деятельности является бизнес- план. Таким образом, составив бизнес-план, Вы сделаете предприятие более эффективным и управляемым, сможете с более высокой точностью прогнозировать ситуацию на будущее.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС ПЛАНА ПО ОТКРЫТИЮ СТО ГАЗБАЛЛОННОГО ОБОРУДОВАНИЯ

2.1 Обоснование открытия автосервиса газобаллонного оборудования

Автомобили активно вошли в нашу повседневную жизнь и также во все сферы бизнеса. Количество автомобилей в России и республики Хакассия в частности, неуклонно растет год от года. На сегодняшний день практически ни один человек не обходится без применения автомобиля в своей жизни. Развитие автомобильного транспорта в России, в настоящее время характеризуется следующими особенностями:

- 1) сохранение за автомобильным транспортом ведущего положения в транспортном обслуживании экономики и населения;
- 2) тенденция к увеличению численности автопарка, за счет иностранного производства;
- 3) совершенствование и усложнение конструкции автомобилей, повышающие их эксплуатационные свойства;
- 4) резкое увеличение численности перевозчиков за счет малых предприятий и индивидуальных предпринимателей;
- 5) увеличение протяженности сети автомобильных дорог общего пользования;
- 6) увеличение негативного влияния автомобильного транспорта на население и окружающую среду.

Перечисленные особенности в большинстве своем усложняют решение вопросов качественного транспортного обслуживания экономики страны и населения и вызывают необходимость повышения внимания к проблемам рационального использования автомобильного транспорта. Самыми важными проблемами при использовании автомобилей являются цены на топливо и загрязнения окружающей среды.

В последние годы в России для эксплуатации автомобильного транспорта стали более активно использовать газовое топливо, применение

которого имеет большое экономическое и экологическое значение. В экономическом отношении оно позволяет в 2-3 сократить затраты на топливо. А в экологическом отношении применение природного газа в качестве моторного топлива при эксплуатации автомобилей позволяет снизить степень загрязнения атмосферной среды. Общеизвестным является тот факт, что мировые запасы нефти неуклонно уменьшаются, что не может не влиять на цену бензина. В ближайшем будущем есть предпосылки, что цена на бензин будет только увеличиваться. Отличной альтернативой бензину является сжиженный газ, который можно применять в качестве топлива и стоимость которого на 50% меньше, чем на бензин, так же он значительно экологичнее бензинового топлива и не влияет на топливную систему автомобиля. Более того, такое соотношение цен сохранится и в будущем.

Основным направлением газификации автомобильного транспорта в России является перевод автомобилей на газовое топливо. Переоборудование автомобилей для работы на сжиженном нефтяном или компримированном природном газе должно осуществляться предприятиями, имеющими лицензии. Работы должны осуществляться в соответствии с действующими нормативными документами и техническими условиями топливной аппаратуры и газовых баллонов.

Причину уверенности в успехе открытия автосервиса газобаллонного оборудования можно увидеть из постоянно увеличивающейся потребности организаций и физических лиц в получении дешевого топлива на автомобили, лицензионном диагностическом обеспечении и качественном сервисном обслуживании. В настоящее время цены на бензиновое и дизельное топливо только возрастают, эта динамика роста цен на топливо в России 2012 – 2017года приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Динамика роста цен на бензин в России, руб.

№	Показатели	Ед.изм.	Розничная цена для населения (с НДС)					
			2012	2013	2014	2015	2016	2017
1.	АИ-92	руб./литр.	27,5	29,3	30,7	32,4	33,4	35,4
2.	АИ-95		29,7	31,6	33,7	35,3	37,3	39,2
3.	АИ-98		32,4	34,6	36,1	38,5	41,6	43,6
4	Дизельное топливо		28,9	31,8	33,6	35,1	36,9	39,1

Проанализировав таблицу 2.1, можно сделать вывод, что тенденция роста цен на бензин сохранится, и неуклонно растет год за годом. Тем, кто, не смотря на это, планирует ездить на автомобиле, стоит задуматься об экономии на топливе, или переоборудовать свой автомобиль, установив газобаллонное оборудование. Так как цены на сжиженный газ значительно ниже, чем на бензиновое или дизельное топливо. В таблице 2.2 можно отследить динамику цен на газ.

Таблица 2.2 – Динамика розничных цен на сжиженный газ, руб.

№	Показатели	Ед. изм.	Розничная цена для населения (с НДС)					
			2012	2013	2014	2015	2016	2017
1.	Сжиженный газ для населения	руб./литр	11,0	13,0	14,0	16,0	17,0	18,0

Из таблицы 2.2 видно, что цены на сжиженный газ не стоят на месте, а растут, но не такими быстрыми темпами как на бензиновое и дизельное топливо. Все же литр «пропан-бутана» почти всегда в два раза дешевле литра бензинового топлива. А так же теплотворная способность этой смеси чуть меньше бензина, и расход его чуть больше.

На сегодняшний день все большее количество автомобилистов отдают предпочтение сжиженному газу, как альтернативе бензина и дизельного топлива. И это не удивительно, ведь в условиях постоянного роста цен на бензин и дизельное топливо сжиженный газ является экономически более выгодным, а также удобным в использовании. Рост популярности на

сжиженный газ, вызывает, соответственно увеличение спроса и на газовое оборудование, что делает бизнес по его установке востребованным и прибыльным.

В регионах России накоплен достаточный опыт переоборудования автомобилей различных марок для работы на газовом топливе и эксплуатации этих автомобилей. Во многих городах созданы и функционируют технические центры по переоборудованию и сервисному обслуживанию газового оборудования.

В условиях расширяющихся масштабов применения природного газа в качестве моторного топлива увеличивается потребность в сервисных услугах автомобилей с газобаллонным оборудованием (заправка газом, техническое обслуживание и ремонт газобаллонного оборудования).

Суть данной бизнес идеи, заключается в открытии автосервиса по установке на автомобили газобаллонного оборудования. Стоит отметить, что для реализации такой бизнес-идеи не требуется крупных вложений денежных средств, так же риски, связанные с вхождением в этот бизнес пока являются минимальными.

Сегодня в нашей стране наблюдается настоящий автомобильный бум. Тем не менее, среди автомобилистов есть немало экономных людей, которые с удовольствием воспользуются такой прекрасной возможностью, как установка на свой автомобиль газобаллонного оборудования.

Опыт показывает, что установка газобаллонного оборудования за 20 000- 30 000 тысяч рублей способна окупиться уже через 15-20 тыс. км. пробега автомобиля.

Крайне важную, ключевую роль в этом виде бизнеса играют квалифицированные специалисты. Во-первых, работы, связанные с установкой газобаллонного оборудования довольно сложны, во-вторых, газ является взрывоопасным веществом, и наконец, в-третьих, только квалифицированные кадры способны сформировать положительный имидж бизнеса, оставляя клиентов довольными конечным результатом работ.

Экономическое обоснование проекта создания автосервиса предусматривает:

- 1) определение размера инвестиций в проектирование;
- 2) определение затрат на приобретение (закупку) автосервисного оборудования;
- 3) определение затрат на закупку газобаллонного оборудования ;
- 4) расчет объема продаж, реализации услуг по ремонту и техобслуживанию автомобилей клиентов;
- 5) расчет текущих затрат (себестоимости производственных услуг)
- 6) определение прибыли автосервиса, рентабельности и срока окупаемости инвестиций.

Эффективность предпринимательской деятельности в сфере автосервисных услуг в значительной степени зависит от уровня организационно-экономических знаний. Большое значение в сложившихся условиях имеет экономическая подготовка.

Бизнес – планирование имеет большое значение в функционировании и развитии предприятий, осуществляющих свою деятельность на коммерческой основе. Оно носит внутрифирменный характер и служит способом обоснования принятия решений, как на стадии создания предприятия, так и на стадии его функционирования и развития. Бизнес-планирование позволяет сформулировать цели и задачи предприятия на предстоящий период, определять потребности в финансовых, материальных и трудовых ресурсах, оценить эффективность их использования. Вести успешную предпринимательскую деятельность без бизнес - плана практически невозможно.

2.2 Разработка бизнес- плана

Резюме

Цель данного бизнес-плана создание СТО (станция технического осмотра) газобаллонного оборудования «КРАС-ГАЗ». Этот проект

планируется реализовывать в форме деятельности ИП (индивидуального предпринимателя). Это позволит уменьшить налогообложение и упростит процесс финансовой отчетности. На протяжении всей реализации проекта будет использоваться УСН (упрощенная система налогообложения) – патентная. Такая система налогообложения позволяет уменьшить налоговую нагрузку, становится возможным поддерживать достаточно высокий уровень заработной платы, отчисляя при этом минимальный налоговый сбор.

Деятельность фирмы будет заключаться в предоставлении клиентам целого комплекса услуг по продаже и послепродажному обслуживанию газобаллонного оборудования от мировых производителей. Осуществление гарантийного и послегарантийного ремонта ГБО (газобаллонное оборудование), также фирма «КРАС-ГАЗ» будет оказывать услуги по, настройке и последующему сопровождению широкого спектра диагностического обеспечения. Услуги будут предоставляться самому широкому кругу пользователей газобаллонного оборудования: от физических лиц до корпоративных объединений.

Деятельность фирмы состоит из двух частей. Первая – удовлетворение потребностей организаций и частных лиц в газобаллонных установках, качество и обслуживание которой будет на уровне, а цены по некоторым позициям будут ниже цен аналогичных компаний в городе Абакане. Комплектация и стоимость установки будет заранее обговариваться с клиентом. Услуги по дополнительной информации и дополнительной диагностике, ГБО установок и гарантийному обслуживанию, для заказчика, являются бесплатными. Работники фирмы «КРАС-ГАЗ» будут заниматься монтажом и демонтажем ГБО установок любой сложности.

Вторая часть деятельности - услуги по внедрению и последующему сопровождению широкого спектра диагностического обеспечения автомобилей с ГБО установками. Важнейшими конкурентными преимуществами компании является приемлемая цена ее услуг (не выше услуг аналогичных крупных компаний по Республике Хакасия и

Красноярского края), гибкая ценовая политика и всё это при высоком качестве сервиса. Географическая близость компании к потребителю также является большим преимуществом, ведь гораздо удобней обратиться к региональному представителю компании, какой и будет фирма «КРАС-ГАЗ», где клиент сможет получить любое сервисное обслуживание ГБО установок, а также решить проблемы, возникающие в процессе эксплуатации. Следует отметить, что в городе Абакане на сегодняшний день существует только две фирмы занимающейся комплексным обслуживаем ГБО установок. При таком положении дел, на сегодняшний день у фирмы почти будет конкурентов.

Цели: 1. Создание серьезной и мощной компании по обслуживанию ГБО ориентированной на дальнейший рост и развитие услуги, которые будут пользоваться большим спросом у широкого круга пользователей автомобилей, в силу высокого роста цен на бензин и низкой стоимости газа.

2. Создание объективных предпосылок для дальнейшего развития компании в таких направлениях как:

- предоставление полного комплекса услуг по ремонту, послепродажному обслуживанию и гарантийному ремонту всех видов установок ГБО;
- расширение объема продаж ГБО всех видов широкому кругу пользователей;
- продажа всех расходников и мелких комплектующих для установок ГБО;
- предоставление всего спектра консультационных услуг относительно любой установки ГБО и диагностического обеспечения;
- действия по снижению общей себестоимости предоставляемых услуг;
- удовлетворение потребностей населения в качественном и относительно дешевом обслуживании
- завоевание авторитета и признания среди клиентов, т.е. обеспечение стабильного положения фирмы на рынке;

- обеспечение окупаемости собственного капитала.

Задачи: Достижение намеченных целей в течение 12-17 месяцев от начала реализации данного бизнес-плана.

Анализ и оценка автомобильного рынка

Состояние и размеры автомобильного парка в стране могут служить одним из самых важных показателей ее технологического и экономического развития. Для оценки автомобильного парка важны как количественные показатели, например, общее количество автомобилей в стране либо среднее количество автомобилей на тысячу жителей, так и качественные, а именно, состав и средний возраст автомобильного парка.

При сравнении российской статистики автомобильного парка с мировыми показателями становится очевидным нынешнее отставание России по количественным, и по качественным характеристикам национального автопарка.

Согласно данным аналитического агентства «АВТОСТАТ», на 1 июля 2016 года обеспеченность легковыми автомобилями в среднем по России составила 285 штук на 1000 жителей. Если по общему количеству легковых автомобилей Россия занимает 7-е место в мире, то по степени обеспеченности населения личным автотранспортом она заметно отстает от развитых западных стран.

Состояние парка легковых автомобилей является отражением социально-экономического положения страны, а его обновление и рост сдерживается низкими темпами развития общества, прежде всего, темпами роста реальных доходов населения. В то же время, следует отметить и наметившуюся тенденцию к росту темпов обновления автомобильного парка, свидетельством чему является рост продаж новых легковых автомобилей.

Таким образом, анализ существующих тенденций автомобильного рынка позволяет сделать следующий прогноз изменения состава автомобильного парка:

- объем продаж и количество автомобилей в России будут увеличиваться;
- в объеме продаж автомобилей все большую долю будут занимать автомобили "среднего" ценового сегмента;
- будет расти доля новых автомашин зарубежных марок;
- параллельно с изменением структуры продаж будет увеличиваться доля более современных автомобилей в общем количестве автомобилей.

Сравнение парков легковых автомобилей России показывает определенные различия, вызванные, во-первых, более высоким средним уровнем дохода жителей, и, во-вторых, особенностями экономики и географического положения города.

В рейтинге регионов России по обеспеченности легковыми автомобилями республика Хакасия занимает 24 место и составляет 308 автомобилей на 1000 человек. Парк автотранспорта в Хакасии увеличивается с каждым годом. Причем рост автопарка носит характер геометрической прогрессии. По данным маркетингового исследования в 2016 году в Хакасии было зарегистрировано порядка 180 000,0 единиц автотранспорта.

В тоже время расширение парка личных автомобилей порождает целый ряд проблем не только с гаражами, парковками, но и с автосервисным обслуживанием, что требует адекватного развития рынка автотехобслуживания. Рынок услуг автосервисов в ближайшие годы будет расти, прежде всего, за счет увеличения числа автомобилей. Темпы роста составят порядка 15-20%.

Идея бизнеса состоит в создании фирмы «КРАС-ГАЗ», которая будет заниматься комплексным обслуживанием всех видов ГБО установок. В обслуживании клиентов делается упор на наиболее полное удовлетворение запросов потребителей, то есть обслуживание ГБО будет заключаться в предоставлении клиенту полного набора услуг; начиная от помощи в выборе баллона и составляющих до гарантийного и послегарантийного ремонта

установок. Любая сложная ГБО установка требует своевременного обслуживания и ремонта чем и намерена заниматься данная фирма.

Анализ конкурентной среды

Любая современная фирма, независимо от своих масштабов, действует в конкурентной среде.

Для начала проведения конкурентного анализа необходимо рассмотреть создаваемую фирму «КРАС-ГАЗ», СТО предлагается рассмотреть по таким критериям как, сильные, слабые стороны проекта, а так же возможности и угрозы. Полный SWOT-анализ создаваемой фирмы представлен в таблице 2.3.

Таблица – 2.3 Сильные, слабые стороны проекта, возможности и угрозы

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
1. Месторасположение СТО в черте города в непосредственной близости от клиентов	1. Отсутствие собственного помещения
2. Возможность предоставления комплексного обслуживания	2. Положительная динамика развития фирм конкурентов.
3. Гибкая ценовая политика фирмы	3. Нехватка высококвалифицированных специалистов
4. Наличие собственных складов и запасов ГБО	4. Прямая зависимость от поставщиков ГБО
5. Полный комплекс услуг по обслуживанию ГБО	
6. Возможность удобного проезда к СТО на общественном транспорте.	
Возможности (O)	Угрозы (T)
1. Возможность предоставления в будущем новых видов услуг без изменения помещения	1. Усиление позиций компаний конкурентов
2. Привлечение новых клиентов	2. Невысокие доходы населения в регионах
3. Сотрудничество фирмы с известными производителями ГБО	3. Минимальные барьеры выхода новых фирм на рынок
	4. Предпочтение многими людьми автомобилей на бензиновом топливе

Из таблицы 2.3 – виден некоторый баланс сильных и слабых сторон а так же возможностей и угроз. То есть фирма «КРАС-ГАЗ» будет существовать в довольно устойчивых условиях. Сильные и слабые стороны

автосервиса, которые были обозначены в ходе проведенного анализа, дают возможность спланировать необходимые изменения, слабые стороны необходимо по возможности минимизировать, базируясь, прежде всего на имеющихся сильных сторонах. Поддержка сильных сторон, усиления позиций в республике Хакассия позволит не только улучшить имидж компании в будущем, но и увеличить количество постоянных клиентов, тем самым позволит увеличить потенциальную прибыль. Исходя из анализа, можно сформировать стратегию деятельности автосервиса, то есть долгосрочный план по достижению определенных целей в будущем.

В настоящее время в г. Абакане несколько фирм конкурентов по полному спектру предоставляемых фирмой «КРАС-ГАЗ» услуг. Поэтому будем рассматривать конкуренцию по отдельным видам деятельности, заданными настоящим бизнес-планом. В городе Абакане существует только 2 фирмы, работающие на этом рынке, они были исследованы на предмет предоставляемых услуг. Использовался метод прямого опроса. Приведенная ниже таблица 2.4 содержит сводную информацию, полученную в ходе исследования фирм «Газтек» и «Авто-ГАЗ» города Абакана.

Таблица- 2.4 Анализ конкурентной среды в г. Абакане

№	Название Фирмы	Месторасположение Фирмы	Спектр предоставляемых услуг
1.	«Авто-Газ»	ул. Герцена 44	<ul style="list-style-type: none"> • Проведение частичной диагностики газобаллонного оборудования • Продажа и установка ГБО • Гарантийный ремонт • Ремонт ГБО установок
2.	«Газтек»	ул. Итыгина 23	<ul style="list-style-type: none"> • Продажа и установка ГБО • Гарантийный ремонт

Исходя из таблицы 2.4, можно сделать вывод, что в г. Абакане только две 2 фирмы предоставляют услуги по установке газобаллонного оборудования, которые являются сильными конкурентами. Фирма «Авто-Газ» является сильным конкурентом в связи с тем, что предоставляет

высокий спектр услуг и имеет аналогичную ценовую политику. Для того чтобы составить достойную конкуренцию фирме «Авто-Газ» нужно предоставлять полную сферу услуг, проводить полную диагностики газобаллонного оборудования, расширять деятельность по гарантийному и послегарантийному ремонту, вводить гибкую ценовую политику фирмы (проведение различных акций, введение скидочной системы для постоянных клиентов).

План маркетинга

Увеличение стоимости бизнеса зависит от доходов, которые генерирует компания. Формирование цены основывается на затратном и рыночном подходе. Цена покрывает затраты на производство, при этом не превышает цены конкурентов. Стоимость услуг автосервиса рассчитывается исходя из затрат на оборудование, на сложность выполняемых видов работ.

Сформулируем три основные цели ценообразования, которые являются наиболее важными создаваемой фирмой:

- поддержание имиджа;
- получение максимальной прибыли;
- стать лидером по качеству услуг (установки ГБО).

Исходя из целей, будем придерживаться стратегии: высокое качество - приемлемая цена. Первоначально цена будет устанавливаться исходя из существующих на сегодня цен на ГБО г. Абакана и будет снижена на 20%. Прайс цен представлен в приложении А.

Ценовая политика будет базироваться не на получении основной прибыли за счет увеличения цены услуг, а на получении прибыли за счет уменьшения входной цены на расходные материалы и комплектующие.

Перед тем как планировать открытие автосервиса, нужно определиться с поставками расходных материалов и запасных частей до того, как на них появится повышенный спрос. Сегодня связь с дилерами удобнее всего

поддерживать через интернет – у большинства серьезных поставщиков имеются свои сайты, где можно легко заказать интересующие вас товары.

Проанализировав всех поставщиков по таким критериям как: ценовая политика, срокам и цене доставки, компания «АльфаАвтоГаз» является самой выгодной всем показателем.

Цена услуг фирмы «КРАС-ГАЗ» по ремонту ГБО и ее сервисному обслуживанию будет определена исходя из цены аналогичных услуг по городу Абакану. Начальный список основных производителей оборудования и комплектующих представлен в приложении Б.

На сегодняшний день рынок ГБО достаточно насыщен. Производители разных стран предлагают широкий выбор своей продукции.

В приложении Б наглядно показано, что по всем показателям лидирует итало-американский бренд BRC и итальянский бренд "Lovato.

BRC – это лучший баланс цены и качества. Ресурс форсунок в два-три раза (а то и больше) превосходит значения своих конкурентов, обладает самой большой мощностью двигателя и, что самое главное. Не смотря на высокую, возможно даже завышенную, цену на газобаллонное оборудование марки BRC, можно быть абсолютно уверенным, что данная цена полностью и неоднократно окупится в процессе эксплуатации.

Компания "Lovato" занимается производством компонентов для ГБО, относящихся к первому, второму и третьему поколению. Кроме того, относительно недавно данный производитель освоил выпуск систем ГБО четвертого поколения, которые получили название "FAST". Их отличительной особенностью является использование специального автомобильного компьютера, который рассчитывает время впрыска, а также необходимое количество топлива, учитывая его физико-химические особенности. Благодаря широкому спектру основных и вспомогательных компонентов, выпускаемых компанией "Lovato", включая смесители, редукторы-испарители, дозаторы и др., покупатель получает прекрасную

возможность подобрать оптимальную систему ГБО практически для любого автомобиля, экономя при этом значительные средства.

Российский производитель Alpha и литовский Tamona располагаются на низших строчках таблицы рейтинга производителей ГБО. Данные марки специализируются в основном на выпуске недорогого ГБО для автомобилей «эконом» класса.

Фирме «КРАС-ГАЗ» выгоднее работать с производителями «Lovato» и «BRC» потому что, это фирмы действительно обеспечивающие высокое качество газобаллонных установок по приемлемой цене.

В дальнейшем, на основании маркетинговых исследований, предполагается возможное повышение цен на основе определения эластичности спроса на данные виды услуг, в том числе от присутствия на рынке аналогичных услуг конкурентов, возможной реакции потребителей на относительно небольшое либо большое изменение цен, связанное с изменением качества услуг.

В условиях современного рынка России с ростом числа конкурирующих организаций существенно возрастает роль и значение маркетинговых подходов в организации и продвижении услуг на рынке.

Существенно возрастает роль и значение деятельности по формированию благоприятных для фирмы отношений с общественностью, а также целенаправленных и широкомасштабных рекламных компаний. В условиях наличия выбора предпочитают иметь дело с тем, кого хорошо знают и чья репутация не вызывает сомнений.

Основной стратегией автосервиса «КРАС-ГАЗ» будет ориентация на потребителя, направленная на достижение качества и разнообразия предоставляемых услуг.

При составлении плана рекламной кампании канал распространения выбирают с учетом ряда факторов, таких, как стоимость, возможный охват и характеристики целевой аудитории, содержание и цели рекламного обращения, особенности объекта рекламирования и так далее. Каждый

канал распространения рекламы имеет как преимущества, и определенные недостатки которые можно проанализировать по данным таблицы 2.5.

Таблица 2.5 - Преимущества и недостатки каналов распространения рекламы

Средство	Преимущества	Недостатки
Телевидение	Сочетание изображения, звука и движения, чувственное воздействие, высокая степень привлечения внимания, широта охвата	Высокая абсолютная стоимость; перегруженность рекламой; мимолетность рекламного контакта; меньшая избирательность аудитории.
Газеты, журналы	Гибкость, своевременность, хороший охват местного рынка, широкое признание и принятие, высокая достоверность.	Кратковременность существования, низкое качество воспроизведения; незначительная аудитория "вторичных" читателей
Телекоммуникационная сеть	Низкая стоимость, по сравнению с рекламой на телевиденье, простота в создании рекламы, высокая скорость передачи, создание собственного сайта	Высокая конкуренция в сети, изучение целевой аудитории
Наружная реклама	Гибкость, высокая частота повторных контактов; невысокая стоимость;	Отсутствие избирательности аудитории, ограничения творческого характера

Из таблицы 2.5 видно, что для проектируемого автосервиса целесообразно размещать рекламу в бесплатных автомобильных газетах, а также использовать ресурсы интернета, размещение баннеров.

В бесплатных автомобильных газетах должны быть коротко описаны основные услуги и преимущества, месторасположение автосервиса. В Интернете должен быть создан сайт автосервиса «КРАС-ГАЗ», где потребитель сможет найти информацию о самой компании так же подробности оказываемых услуг, их цены. Так же для привлечения клиентов следует проводить мероприятия по управлению и привлечению такие как:

- 1) предоставление первым клиентам скидки в размере 10%;
- 2) осуществление гарантийного ремонта;

3) проведение рекламных акций, путем распространения визиток и листовок.

Стратегическое планирование позволяет компании решить, что ей делать с каждым производственным подразделением. Комплекс маркетинговых мероприятий – это серия абсолютных конкретных мер, при помощи которых фирма воздействует на рынок и потребителей. Программа маркетинговых мероприятий представляет собой комплекс переменных, предлагаемых покупателю и влияющих на него. Так же программа мероприятий должна быть адаптирована к рыночным потребностям. В таблице 2.6 наглядно показан план маркетинговых мероприятий.

Таблица 2.6 – План маркетинговых мероприятий

Мероприятие	Дата начала и окончания работы, день	Ответственный	Стоимость, руб.
Подготовка рекламных блоков для периодической печати (Газета Хакассии, Автогид)	4-5	Директор	5000,0
Подготовка серей статьей по проектируемому бизнесу	4-6	Директор	-
Создание и продвижение собственного сайта	2-4	Директор	20 000,0
Мероприятия по привлечению клиентов	2-8	Директор	5 000,0
Итого:			30 000,0

Из выше представленной таблицы 2.6 видно, что в качестве рекламы услуг автосервиса будут использованы печатные СМИ, объявления, реклама в интернете и визитки. Продвижению в интернете будет уделяться особое внимание. Расходы на рекламную деятельность составят 30 000,0 рублей. Количество средств, затрачиваемых на продвижение услуги (рекламную деятельность) необходимо корректировать ежемесячно на основании

сравнения количество потребителей, привлеченных каждым из вышеуказанных способов.

Организационный план

Открытие бизнеса начнется с регистрации индивидуального предпринимательства в Управлении Федеральной налоговой службы по Республике Хакасия. По завершению процесса регистрации будут получены зарегистрированные в установленном законодательном порядке учредительные документы свидетельство о государственной регистрации индивидуального предпринимателя. В качестве системы налогообложения планируется применять новую систему налогообложения – патентную (Статья 346.25.1 Налогового кодекса – особенности применения упрощенной системы налогообложения индивидуальным предпринимателям на основе патента (введена ФЗ от 21.07.2005 года, № 101 – ФЗ)). Такая система налогообложения позволяет уменьшить налоговую нагрузку, становится возможным поддерживать достаточно высокий уровень заработной платы, отчисляя при этом минимальный налоговый сбор.

Затем необходимо арендовать помещение под автосервис. Следует подобрать помещение, соответствующее всем требованиям Роспотребнадзора и Госпожнадзора и не нуждающееся в ремонте. Автосервис будет расположен в г. Абакане с населением 181 тыс. человек.. В качестве месторасположения автосервиса выбрано место на оживленной улице на первой линии домов. Вблизи салона находится остановка общественного транспорта (30 м.). Размер арендуемого гаража составит 80 кв. м. (ул. Железнодорожная д.77). Такая площадь позволит одновременно обслуживать до 4 машин. Арендная плата составит 20 тыс. руб. в месяц без учета ЖКХ. Гараж будет оборудован верстаками с инструментами, подсобным помещением для хранения оборудования, стойкой для диагностического оборудования, столом и стульями для администратора и

клиентов. Основные вложения будут связаны с приобретением газобаллонного оборудования, и различных комплектующих.

Затем планируется нанять персонал в автосервис. В штат персонала будут входить: специалисты (2 чел.), директор (1 чел.), специалист диагностик (1 чел.). Ежемесячный фонд оплаты труда, составит 79 тыс. рублей. В таблице 2.7 представленной ниже, указано штатное расписание работников.

Таблица – 2.7 Штатное расписание

№	Должность	Кол-во чел.	Заработная плата в мес, руб.	Заработная плата в год, руб.	Сумма, руб.
1.	Специалист	2	18 000,0	216 000,0	438 000,0
2.	Директор	1	25 000,0	300 000,0	300 000,0
3.	Специалист-диагностик	1	18 000,0	216 000,0	216 000,0
	Итого:	4	79 000,0	739 800,0	954 000,0

Из таблицы 2.7 видно, что ежегодные издержки на оплату труда составят 954 тыс.рублей без отчислений на соц.нужды .

Страховые взносы в ПФР (пенсионный фонд) Российской Федерации и фонды обязательного страхования работников за месяц будут составлять 25 438 рублей, а за год 307 188,0рублей при уплате суммарной ставки 32,2% от фонда оплаты труда. Фонд оплаты труда за месяц составит:

- Взнос в ПФР: $79\,000,0 \times 22\% = 17\,380,0$ рублей;
- Взнос в ФФОМС: $79\,000,0 \times 5,1 = 4\,028,0$ рублей;
- Взнос в ФСС: $79\,000,0 \times 5,1 = 4\,028,0$ рублей.

А фонд оплаты труда за год составит:

- Взнос в ПФР: $954\,000,0 \times 22\% = 209\,880,0$ рублей;
- Взнос в ФФОМС: $954\,000,0 \times 5,1 = 48\,654,0$ рублей;
- Взнос в ФСС: $954\,000,0 \times 5,1 = 48\,654,0$ рублей

Планируемый график работы автосервиса «КРАС-ГАЗ» с 10:00 до 18:00, 5 дней в неделю. Функциональные обязанности работников автосервиса представлены в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – обязанности работников автосервиса «КРАС-ГАЗ»

Должность	Функциональные обязанности
Специалист	Выполнение основной работы с клиентами, выполнение заказов по ремонту ГБО, технические консультации пользователей, организует учет, составление и своевременное представление отчетности о производственной деятельности ремонтной мастерской, анализирует результаты работы мастерской.
Директор фирмы	Ведение финансовой деятельности компании, своевременное оформление и проведение финансовых документов компании, своевременная уплата налогов, предоставление в срок в налоговые и иные государственные органы финансовой отчетности компании.
Специалист-диагностик	Работа с клиентами, выполнение заказов, непосредственно работа с диагностическими программами, работы по установке и настройке программного обеспечения.

Из представленной выше таблицы 2.8 видно, какие функциональные обязанности будут выполнять работники создаваемой фирмы.

Производственный персонал – это основной (штатный) состав постоянных работников. Численность и состав производственного персонала играют большую роль в качестве производимых в автосервисе услуг. Поэтому к подбору персонала надо подходить крайне осторожно

От квалификации и опытности персонала зависит успех проекта. Помимо комфортной обстановки, сотрудники должны дополнять её своей приветливостью и профессионализмом. Клиент, получивший полный спектр выбранных услуг, останется доволен их качеством и обязательно поделится своими впечатлениями с близкими. А это своего рода дополнительная реклама бизнеса и увеличение потока клиентов.

Особое внимание предполагается уделить подбору персонала, который должна осуществляться по возможности из мужчин в возрасте до 35-45 лет с опытом работы в данной отрасли не менее 5 лет, имеющих образование не менее среднего специального, поскольку монтаж и освоение нового

оборудования предполагается осуществить силами персонала фирмы. Важными являются также такие качества работников, как способность к обучению и творчеству, способность к психологической адаптации в коллективе, общительность, и т.д., поскольку кадровый фактор является достаточно веским в обеспечении конкурентоспособности фирмы.

Низкая себестоимость услуг будет обеспечиваться не только квалифицированным персоналом и приобретением оборудования, но и сравнительно маленькой его численностью, так как каждый работник будет совмещать и обеспечивать несколько видов работ (например: администратор-кассир и секретарь по ведению деловой документации и др.).

Производственный план

Большим плюсом в аренде гаража на ул. Железнодорожной д.77 является то, что гараж полностью оснащен инструментом, верстаками и комплектующими, но их надо будет приобрести по договоренной цене (40 тыс. руб.).

Прежде всего, для начала работы автосервиса надо закупить диагностическое оборудование, и газобаллонное оборудование. Так же офисную мебель, мелкие составляющие и расходники. Необходимые средства на закупку оборудования необходимо взять в кредит. Для более наглядности затраты по приобретению этих средств будут представлены в двух таблицах.

В целях реализации бизнес-плана необходимо закупить вспомогательные средства для оборудования гаражного помещения. В таблице 2.9 представлен расчет финансовых вложений в реализацию проекта по приобретению комплекса оборудования для начала работы автосервиса.

Таблица 2.9 – Расчет затрат на оборудование

Наименование оборудования	Кол-во, шт.	Стоимость приобретаемого оборудования, руб.
Ноутбук	1	23 000,0
Принтер	1	7 000,0
<u>Кабель диагностики Digitronic DR 73</u>	1	3 000,0
<u>Кабель диагностики Digitronic-AEB-USB</u>	1	2 100,0
Кабель настроечный для газового оборудования Альфа	1	2 000,0
<u>Кабель диагностики ГБО BRC USB</u>	1	1 700,0
<u>USB ключ для настройки газового оборудования Альфа</u>	1	3 500,0
<u>Блок управления Digitronic 3D-S Power</u>	1	6 000,0
<u>Датчик давления PS-01</u>	1	3 800,0
Компьютерный стол	1	5 000,0
Офисные стулья	5	5 000,0
Приобретение гаражного оснащение		40 000,0
Итого :		102 100,0

Из таблицы 2.9 видно, что общая стоимость оборудования для начала работы автосервиса составит 102 100,0 руб.

Так же для работы автосервиса надо закупить ГБО оборудования, составляющие для ремонта и продажи. В таблице 2.10 представлен список необходимых покупок и рассчитаны затраты на приобретение.

Таблица 2.10 – Расчет затрат на приобретение ГБО

№	Наименование	Кол-во,шт	Цена,руб.	Сумма, руб.
1	2	3	4	5
1	Комплект "Lovato E-GO" с цилиндрическим баллоном 50 литров	5	22 000,0	110 000,0
2	<u>Комплект "Lovato E-GO " без газового баллона</u>	7	20 000,0	140 000,0
3	<u>Комплект "Lovato Easy Fast Smart " с цилиндрическим баллоном 50</u>	5	23 700,0	118 500,0

Продолжение таблицы 2.10

1	2	3	4	5
4	<u>Комплект "Lovato E-GO" 130 литров для а/м "ГАЗель"</u>	4	27 000,0	108 000,0
5	<u>Комплект "Lovato Easy Fast Smart " без баллона</u>	5	21 000,0	105 000,0
6	<u>Комплект "Lovato E-GO " с тор баллоном 42 литра</u>	5	19 000,0	95 000,0
7	<u>Комплект "Lovato Easy Fast Smart " с тор баллоном 42 литра</u>	6	20 000,0	120 000,0
8	<u>Газовый баллон 50 л 300x789 мм</u>	10	2 000,0	2 000,0
9	<u>Ремкомплект редуктора BRC FOXMM</u>	15	700,0	10 500,0
10	<u>Ремкомплект редуктора OMVL REGBULL-G</u>	15	900,0	13 500,0
11	<u>Ремкомплект редуктора SR-08</u>	10	1 200,0	12 000,0
12	<u>Газовый баллон 51 л 356x600</u>	10	2 200,0	22 000,0
13	<u>Комплект "BRC Easy Fast Smart " с цилиндрическим баллоном 50</u>	5	24 000,0	120 000,0
14	<u>Комплект "BRC E-GO " без газового баллона</u>	6	21 700	130 200,0
	Итого:	98	222 100,0	1 106 700,0

В таблице 2.10 представлен полный список предполагаемого ГБО оборудования на первое время работы автосервиса. В дальнейшем этот список может увеличиваться за счет прибыли от заказов, в данную стоимость так же будет включаться накрутка в размере 30% от стоимости. В таблице 2.11 представлен прогноз объема выполненных услуг автосервиса на 5 лет работы автосервиса.

Таблица 2.11 – Прогноз продаж автосервиса

Наименование показателя	Прогн. год	2 год	3 год	4 год	5 год
Пессимистический прогноз объема оказанных услуг, шт.	250	340	390	430	470
Оптимистичный прогноз объема оказанных услуг, шт.	400	480	520	540	560

Данные таблицы 2.11 были взяты, основываясь на опыте конкурентов и общих закономерностей, реакции потребителей на маркетинговые усилия.

Более вероятным будет оптимистический вариант прогноза, поэтому все дальнейшие расчеты будут проведены на его основе.

Финансовый план

Финансовый план – отражает в себе поступление и расходование денежных средств на текущий или долгосрочный период. Цель финансового планирования – обеспечение воспроизводственного процесса соответствующим как объему, так и по структуре финансовыми ресурсами.

В приложении А, представлен прайс цен на услуги предприятия, средняя 1 комплекса услуг автосервиса составит 6 000,0 руб.

В связи с вышесказанным, составим прогноз выручки от реализации данных направлений работы автосервиса «КРАС-ГАЗ». Прогноз выручки от реализации представлен в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Прогноз выручки от реализации

Наименование показателя	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Объем оказанных услуг, шт.	400	480	520	540	560
Средняя цена за единицу услуги, руб.	6 000,0				
Выручка всего, руб.	2 400 000,0	2 880 000,0	3 120 000,0	3 240 000,0	4 200 000,0

Как видно из данных таблицы 2.12, прогнозируемый объем реализации услуг на первый год работы автосервиса выручка составит 2 400 000,0 руб. Нужно отметить тот факт, что цены на мелкие расходные материалы будут заложены в стоимость услуги клиента в размере 20% в среднем, а оплату оборудования клиент будет осуществлять отдельно.

В течение последующих двух лет предприятие планирует последовательно увеличивать объем реализации своих услуг на 10% и 15%. Достижение подобных показателей вполне реально, поскольку за это время компания сможет заявить о себе на рынке газобаллонного оборудования,

сформировать спрос со стороны организаций и предприятий, а также приобрести постоянных клиентов.

Все затраты по содержанию автосервиса можно разделить на постоянные и переменные. Переменные и постоянные затраты – это два основных вида издержек, каждый из которых изменяется пропорционально изменению объема производства продукции или услуг.

Далее перейдем к составлению плана постоянных и переменных затрат для организации работы автосервиса «КРАС-ГАЗ». Расчет также будет производиться на основании средних цен на те, или иные услуги предоставляемые автосервисом. Затраты на ГБО оборудования будут окупать сами себя, по этому в список постоянных затрат вносить их не надо. Переменные затраты представлены ниже в таблице – 2.13, а постоянные затраты в таблице – 2.14.

Таблица –2.13 Переменные затраты

№	Наименование расходного материала	Стоимость, руб.
1	Коммерческие и управленческие расходы (канцтовары, связь)	24 000,0
2	Материальные затраты	102 100,0
3	Коммунальные расходы	72 000,0
	Итого:	198 100,0

Как видно из таблицы 2.13 в переменных затратах большую часть отведено на покупку инструмента для установки газобаллонного оборудования, далее идет сумма на расходы на рекламу. Общая сумма составит 198 100,0

Постоянные затраты связаны с постоянными издержками в каждый период времени, то есть зависят не от объема производства, а от времени. Постоянные затраты представлены в таблице – 2.13.

Таблица – 2. 13 Постоянные затраты

№	Наименование расходного материала	Стоимость, руб.
1	Аренда помещения	240 000,0
2	Реклама	30 000,0
3	Заработная плата	948 000,0
4	Отчисления на соц.нужды	305 250,0
	Итого:	1 523 250,0

Как видно из таблицы 2.13, полная себестоимость услуг автосервиса «КРАС-ГАЗ» в первом году работы составит 1721 350,0 руб. Постоянные расходы в себестоимости будут равны 1 523 250,0 руб., а переменные 198 100,0 руб. Так же стоит заметить, что некоторая часть постоянных расходов может измениться, в зависимости от объема предоставляемых услуг. Так в результате большого количества заказов может вырасти заработная плата работников, повыситься аренда, коммунальные расходы.

Реализацию инвестиционного проекта, предлагается осуществлять за счет средств, взятых в кредит в эту сумму будут входить затраты на приобретение гаражного оснащения, приобретение ГБО установок, комплектующих. Сумма кредита будет составлять 1 300 000,0 рублей. При годовой ставке процента по кредиту 22%, сроком на 5 лет. В таблице 2.14 наглядно представлена динамика погашения кредита.

Таблица 2.14 – Динамика погашения кредита, тыс. руб

Наименование показателя	Годы					
	0-й	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
1	2	3	4	5	6	7
Погашение основного долга	1 300 000,0	260 000,0	260 000,0	260 000,0	260 000,0	260 000,0
Остаток кредита		1 040 000,0	780 000,0	520 000,0	260 000,0	-
Сумма % по кредиту (22%)		286 000,0	228 800,0	171 600,0	114 400,0	57 200,0
% по кредиту с/с (12,75%)		165 750,0	132 600,0	99 450,0	66 300,0	33 150,0
% по кредиту		120 250,0	96 200,0	72 150,0	48 100,0	24 050,0

ЧП (9,25%)

Из представленной выше таблицы 2.14 видно, что погашение кредита будет осуществляться равными долями в течение 5 лет. Основания сумма переплаты составит 286 000,0руб, ежемесячный платеж будет составлять 26 450,0 рублей.

Определение эффективности бизнес-плана состоит в определении и анализе потока реальных денег на различные периоды его существования. Приток денег от текущей деятельности СТО представлен в таблице 2.15.

Таблица – 2.15 Поток реальных денег от текущей деятельности, руб.

	Показатели	1 – й	2 – й	3 – й	4-й	5-й
1	Выручка от реализации	2 400,0	2 880,0	3 120,0	3 240,0	3 360,0
3	Себестоимость	1 589,25	1 589,25	1 589,25	1 589,25	1 589,25
4	% по кредиту в себестоимость	165,75	132,6	99,45	66,3	33,15
7	Балансовая прибыль	645,0	1 158,15	1 431,3	1 584,45	1 737,6
8	Налог на прибыль (6%)	19,35	69,5	85,8	95,1	104,2
9	% по кредиту за счёт ЧП	120,25	96,2	75,15	48,1	24,05
10	ЧП от операционной деятельности	505,4	992,45	995,3	1 078,6	1 354,9

Как видно из таблицы 2.15 чистая прибыль по итогам первого года автосервиса работы составит 505 400,0 рублей.

При представленной выше таблицы – 2.15 , можно рассчитать срок окупаемости автосервиса «КРАС-ГАЗ»:

$$1)t_1 = 1\ 300\ 000,0 - 505\ 400,0 = 794\ 600,0$$

$$t_2 = 794\ 600 - 992\ 450,0 = -197\ 850,0 - 1\ \text{год}$$

$$2)t = 992\ 450,0 \div 12\ \text{мес.} = 82\ 704,0$$

$$3)794\ 600,0 \div 82\ 704,0 = 9,6- 9\ \text{месяцев}$$

Срок окупаемости автосервиса «КРАС-ГАЗ» равен 1 год и 9 месяцев .

При проведении предварительного анализа можно сделать вывод о том, что сфера автосервиса по установке ГБО не является высокзатратным

бизнесом, но на него оказывают влияние рыночные, конкурентные, ценовые и другие факторы. В данном случае, показатель срока окупаемости дает нам уверенность в существовании и функционировании автосервиса.

2.3 Оценка экономической эффективности бизнес-плана

Простые методы экономической эффективности позволяют достаточно быстро произвести оценку на основании простых расчетов. В их основе заложена идея о том, что предприятие может оплачивать инвестиции из чистой прибыли. Данная методика удобна тем, что если проект не эффективен по простым критериям, значит можно быть уверенным, что он не эффективен и по более сложным.

В простых методах на основании таблицы 2.13, потока денежных средств от текущей деятельности, оценивается простая норма прибыли, точка безубыточности, рентабельность инвестиций, рентабельность услуг.

Основные формулы расчета:

$$\text{ПНП} = \text{ЧП} / \text{ОИИ} \times 100\%$$

(2.1)

Где ПНП – простая норма прибыли;

ЧП – чистая прибыль;

ОИИ – общие инвестиционные издержки.

$$\text{ПНП} = 505\,400,0 \div 1\,300\,000,0 = 0,38 \times 100\% = 38\%$$

Размер прибылей и убытков в значительной степени зависит от уровня продаж, обычно является величиной трудно прогнозируемой с определенной точностью. Для того, что бы знать какое потребуется количество предоставляемых услуг СТО, необходимо рассчитать критической объем (точку безубыточности) по формуле 2.2.

$$\text{ТБ} = \text{Зпост.} / (\text{Ц} - \text{Зпер})$$

(2.2)

Где ТБ – точка безубыточности;

З пост – постоянные затраты на весь объем;

Ц– цена за ед. – 6 000,0

Зперем – переменные затраты на ед. – 495 ;

Исходя из этого, критический объем продаж услуг автосервиса «КРАС-ГАЗ» в течение первого года работы, рассчитаем основываясь на следующих данных:

$$ТБ = 1\,523\,250, \div (6\,000,0 - 495) = 276 \text{ ед. в год.}$$

Таким образом, критический объем услуг автосервиса составляет 276 единиц. Учитывая, что планируемый средний объем продаж равен 400 единицы, то критический объем продаж составляет 69% от данного объема. Следовательно, запас финансовой прочности планируемого проекта составляет (100%-69%) 31%. Это позволяет предприятию в случае недостижения запланированного объема продаж снизить объем производства приблизительно на 30%. В дальнейшем финансовая прочность предприятия возрастет, поскольку прогнозируется увеличение ежемесячного объема.

Теперь рассчитаем рентабельность предприятия и рентабельность инвестиций по формулам

$$Р = \frac{\text{БП}}{\text{ВР}}$$

(2.4)

Где - Р – рентабельность

БП – балансовая прибыль

По формуле (3.4) рентабельность равна

$$Р = 505\,400,0 \div 2\,400\,000,0 = 0,26$$

Показатель рентабельности достаточно высок, поэтому можно рассмотреть вариант по снижению цены на среднюю одной ГБО установки.

Так же произведем оценку эффективности проекта, используя формулу

рентабельности инвестиций.

Рентабельность инвестиций = сумма сальдо операционной деятельности – сумма инвестиций / сумму инвестиций * 100%
(2.5)

Общая эффективность = $(262\,500,0 + 813\,400,0 + 995\,300,0 + 1\,078\,600,0 + 1\,354\,900,0) - 1\,600\,000,0 \div 1\,600\,000,0 * 100\% = 278,9$

Средний показатель = $278,9 \div 5 \text{ лет} = 55,7$

Методы простой эффективности основаны на сравнении денежных поступлений в первый год работы автосервиса. Они позволяют максимально полно учесть инфляцию, риски и альтернативную стоимость капитала на различных стадиях бизнес-планирования.

Оценка рисков

Понятие "риск" неразрывно связано с хозяйственной деятельностью человека и насчитывает столько же лет, сколько существует цивилизация.

Его существование связано с невозможностью во многих случаях со 100% уверенностью предвидеть наступление тех или иных событий, которые могут не зависеть от наших желаний, действий, поступков. Несмотря на то, что риск присутствует практически во всех сферах человеческой деятельности, точно сформулировать его определение достаточно сложно.

В общем смысле под риском понимают возможность наступления некоторого неблагоприятного события, влекущего за собой возникновение различного рода потерь (например, получение физической травмы, потеря имущества, ущерб от стихийного бедствия и т.д.).

Предпринимательская деятельность, осуществляемая в жестких условиях рыночной экономики, также не является исключением. Риск бизнеса в условиях рынка - своеобразная плата за свободу предпринимательской деятельности. Анализ рисков включает в себя и

оценку рисков и методы снижения рисков или уменьшения связанных с ним неблагоприятных последствий. В таблице 2.16 предлагается проанализировать риски по вероятности наступления и степени тяжести последствий.

Таблица 2.16 – Оценка рисков проекта

№	Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести последствий
1	Появление новых конкурентов	Средняя	Средняя
2	Снижение платежеспособности автосервиса	Средняя	Средняя
3	Кражи, взломы	Низкая	Средняя
4	Неустойчивость спроса, неплатежеспособность потребителей	Средняя	Средняя
5	Стихийные бедствия	Низкая	Средняя

Проанализировав риски по данным таблицы 2.16 можно сделать вывод, что самыми значимыми являются: неустойчивость спроса, неплатежеспособность потребителей и снижение платежеспособности потребителя. В зависимости от природы и характеристики предпринимательского риска различны его последствия и оптимальные решения по его снижению.

Для получения экономической прибыли предприниматель должен осознанно пойти на принятие рискового решения.

По минимизации этих рисков фирме «КРАС-ГАЗ» можно предложить следующие рекомендации, которые отражены в таблице 2.17.

Таблица 2.17 – Пути снижения рисков

№	Риск	Мероприятия, снижающие отрицательное воздействие риска
1	Неустойчивость спроса, неплатежеспособность потребителей	Постоянная работа с потребителями, изучение их нужд и потребностей, совершенствование своих услуг, повышение их качества, внедрение дисконтных карт для постоянных и корпоративных клиентов
2	Появление новых конкурентов	Поддержание высоко стабильного уровня сервиса, расширение программ лояльности
3	Снижение платежеспособности автосервиса	Ведение новых услуг ,оптимизация расходов, использование программ лояльности
4	Кражи, взломы	Установка охранной сигнализации и камеры видеонаблюдения ,страхование имущества
5	Стихийные бедствия	Страхование, соблюдение норм

Как видно из таблицы 2.17 современная теория риска предлагает к рассмотрению довольно обширный ряд моделей и методик по снижению отрицательного воздействия. Так же существуют менее значительные риски, которые можно постараться снизить с использованием различных превентивных мер. Под превентивными понимают меры, направленные на предупреждение непредвиденных разрушительных событий с целью снижения вероятности и величины ущерба. К их числу относятся осуществление программы техники безопасности; приобретение и установка сигнализации, детекторов дыма, оборудования, позволяющего снизить производственный травматизм; охрана предприятия.

Поскольку предупредить ущерб обычно дешевле, чем возместить его, как и каждый предприниматель, прежде всего, в предупредительной деятельности по снижению риска.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе, выпускной квалификационной работы были рассмотрены теоретические аспекты бизнес-планирования и особенности составления бизнес-плана.

Отличительной чертой предпринимательства в настоящее время является постепенный, но уверенный переход от нецивилизованных форм бизнеса к современным международным формам с использованием методов и средств бизнес-планирования. Поэтому для предпринимателей целесообразно применять подходы к управлению бизнес-планами, что позволяет достичь не только результатов требуемого качества, но и экономии средств, времени и ресурсов, а также снизить риски и повысить надежность. Потому, что бизнес-планирование стремится к максимальной эффективности использования средств, вложенных в реализацию данной бизнес-идеи, и обеспечению желаемого уровня деловой активности фирмы.

В первой главе выпускной квалификационной работы были рассмотрены теоретические основы бизнес-плана, а именно:

- сущность, функции;
- основные цели, задачи;
- причины составления.

Также в данной главе были проанализированы составные разделы бизнес-плана, его структура и детализация; изучены основные экономические показатели бизнес-плана.

Во второй главе было обосновано открытие СТО газобаллонного оборудования, а также:

- разработан бизнес-план для его открытия;
- исследован автомобильный рынок;
- дан анализ конкурентной среды;

- проведено исследование в виде открытого опроса на предмет изучения покупательской способности;

- проанализированы полученные результаты опроса;

- составлен ожидаемый прогноз продаж автосервиса;

- составлены маркетинговый, финансовый и производственный планы;

Была проведена оценка экономической эффективности СТО газобаллонного оборудования, по результатам которой:

- простой срок окупаемости данного бизнес-плана составил 1 год и 9 месяцев;

- простая норма прибыли составила 38%;

- критического объема услуг автосервиса – 276 единиц в год (позволит фирме в случае не достижения запланированного объема снизить объем услуг приблизительно на 30%).

- рентабельность предприятия – 26% ,

- средний показатель рентабельности инвестиций – 55,7%

- исследованы риски, связанные с реализацией бизнес-плана и предложены меры по их предотвращению.

При проведении предварительного анализа можно сделать вывод о том, что открытие СТО газобаллонного оборудования является мало затратным бизнесом, на него оказывают влияние рыночные, конкурентные, ценовые и другие факторы, но поскольку все показатели рентабельности достаточно высоки – это свидетельствует о результативной деятельности фирмы и характеризует эффективность вложений связанных с реализацией данного бизнес-плана. В дальнейшем финансовая прочность автосервиса «КРАС-ГАЗ» возрастет, так как прогнозируется увеличение ежегодного объема предоставляемых услуг.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ИП – индивидуальный предприниматель;

СТО – станция технического осмотра;

УСН – упрощённая система налогообложения;

ГБО – газобаллонное оборудование;

ПФР – пенсионный фонд России;

ФФОМС - федеральный фонд обязательного медицинского страхования;

ФСС – федеральная служба страхования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100% : Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 486 с.
5. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2013. –256 с.
2. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы: Учеб.-метод. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 178 с.
3. Бекетова, О. Н. Бизнес-план: теория и практика: Учебное пособие для вузов / О.Н. Бекетова. – М.: Приор–издат, 2014. – 288 с.
4. Бычков В. П. Экономика автотранспортного предприятия: Учебник. – М. : ИНФРА-М, 2015 – 384с. (Высшее образование: Бакалавриат).
5. Бронникова, Т. С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие / Т.С. Бронникова. – М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2015. - 224 с
6. Бычков В. П. Организация предпринимательской деятельности в сфере автосервисных услуг: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 208 с. – (Высшее образование).
7. Буров В. П., Ломакин А. Л., Морошкин В. А. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учеб. Пособие . – М., ИНФРА-М, 2014. – 192с. – (Высшее образование).
8. Буров, В. П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учебное пособие / В.П. Буров. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 192 с.
9. Волков, А. С. Бизнес-планирование: Учебное пособие / А.С. Волков. – М.: ИЦ РИОР, ИНФРА–М, 2015. - 81 с.
10. . Гайнутдинов, Э. М. Бизнес-планирование: Учебное пособие / Э.М. Гайнутдинов. – Минск: Вышэйшая школа, 2016. – 207 с.
11. Гарнов, А. П. Экономика предприятия: современное бизнес-планирование: Учебное пособие / А.П. Гарнов. – М.: ДиС, 2011. – 272 с.
12. Герасина, О. Н. Бизнес-план для предприятия автосервиса / О.Н. Герасина, О.В. Трусова. – М.: МГИУ, 2017. - 32 с.

13. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА–М, 2014. – 248 с.
14. Горемыкин В. А. Бизнес-план: Методика разработки. – 5 изд., перераб. и доп. – М.: Ось-89, 2016. – 592с.
15. Грачев Ю. Н., Игнатьева И. П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению, 2016. – 356 с.
16. Джакубова, Т. Н. Бизнес-план: расчеты по шагам / Т.Н. Джакубова. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 96 с.
17. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2014. – 432 с.
18. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2016. – 432 с.
19. Дубровин, И. А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2016. – 432 с.
20. Золотухин, О. И. Бизнес-планирование: Учебное пособие / О.И. Золотухин. – СПб.: ГУАП, 2015. – 84 с.
21. Лещенко, М. И. Анализ финансового состояния и бизнес-план торговой организации потребительской кооперации: Учебное пособие / М.И. Лещенко. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 288 с.
22. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование: учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. – М.: Форум, 2014. – 176 с.
23. Лосев, В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей / В. Лосев. – М.: Вильямс, 2013. – 208 с.
24. Любанова, Т. П. Бизнес-план. Опыт, проблемы. Учебно-практическое пособие. / Т.П. Любанова. – М.: Приор, 2015. – 96 с.
25. Любанова, Т. П. Сборник бизнес-планов. Методика и примеры: предпринимательская деятельность, экономическое обоснование инженерных решений в курсовом, дипломном проектировании,

диссертационных работах: Учебное и научно-практическое пособие / Т.П. Любанова. – М.: ИКЦ МарТ, МарТ, 2014. – 408 с.

26. Максютов, А. А. Бизнес-план предприятия: финансовый бюджет. Учебно-практическое пособие / А.А. Максютов. – М.: Приор, 2003. – 96 с.

27. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В. А. Морошкин. – М.: Форум, 2015. – 288 с.

28. Немети, Л. Стратегии выхода из бизнеса: планирование выхода, опционы, увеличение стоимости бизнеса, управление сделками для владельцев бизнеса / Л. Немети. – М.: Инфотропик Медиа, 2014. – 272 с.

29. Орлова П. И. Бизнес-планирование: Учебник / П.И. Орлова; под ред.к.э.н. М. И. Глухой. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014 – 284 с.

30. Орлова, Е. Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок / Е. Р. Орлова. – М.: Омега–Л, 2015. – 168 с.

31. Пейли, Н. Успешный бизнес-план. От стратегических целей к плану действий на один год / Н. Пейли. – М.: Эксмо, 2016. – 416 с.

32. Петров, К.Н. Как разработать бизнес-план: Практическое пособие с примерами и шаблонами / К. Н. Петров. – М.: Вильямс И.Д., 2014. – 384 с.

33. Петухова, С. В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие / С. В. Петухова. – М.: Омега-Л, 2013. – 171 с.

34. Попов В. М. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Ляпунова С. И. и Мелодика С. Г. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 816 с.: ил.

35. Попов В. М. Бизнес-план инвестиционного проекта: отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация: Учеб. Пособие. – 4-е изд., перераб и доп. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 467 с.

36. Потапов, С. Как преодолеть экономический спад План выживания бизнеса / С. Потапов. – М.: Олимп-Бизнес, 2015. – 208 с.

37. Розин, М. Стратегия чистого листа: Как перестать планировать и начать делать бизнес / М. Розин. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 346 с.
38. Романова, М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2014. - 240 с.
39. Сатаев, А.М. Азбука бизнес-планирования: Учебное пособие / А.М. Сатаев. – М.: Юриспруденция, 2013. – 128 с.
40. Станиславчик, Е.Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами / Е.Н. Станиславчик. – М.: Ось–89, 2015. – 128 с.
41. Стрекалова, Н. Бизнес-планирование: Учебное пособие / Н. Стрекалова. – СПб.: Питер, 2014. – 352 с.
42. Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие Стандарт третьего поколения / Н.Д. Стрекалова. – СПб.: Питер, 2015. – 352 с.
43. Ушаков И. И. Бизнес- план. – СПб.: Питер, 2016. – 224с.: ил. – (Серия «Практика менеджмента»).
44. Черняка, В.З. Бизнес-планирование: Учебное пособие / Под ред. Г.Г. Чараева. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 591 с.

Цены на установку газобаллонного оборудования

Иномарки, 4 цилиндра

баллоны	карбюратор (2-ое поколение)	инжектор (2-ое поколение)	инжектора (4-ое поколение)
50 л	от 15 000 руб.	от 16 500 руб.	от 26 500 руб.
65 л	от 15 500 руб.	от 16 000 руб.	от 26 500 руб.
80..90 л	от 16 000 руб.	от 17 000 руб.	от 26 500 руб.
103 л	от 16 500 руб.	от 17 000 руб.	от 27 000 руб.
130 л	от 17 000 руб.	от 17 000 руб.	от 27 000 руб.
45 л, тор	от 17 500 руб.	от 17 500 руб.	от 27 000 руб.
60 л, тор	от 18 500 руб.	от 17 000 руб.	от 27 500 руб.
77 л, тор	от 17 000 руб.	от 17 000 руб.	от 28 000 руб.
95 л, тор	от 19 500 руб.	от 18 500 руб.	от 28 500 руб.

Иномарки, 5-6 цилиндров

баллоны	карбюратор (2-ое поколение)	инжектор (2-ое поколение)	инжектор (4-ое поколение)
50 л	от 10 000 руб.	от 13 500 руб.	от 37 000 руб.
65 л	от 10 500 руб.	от 14 000 руб.	от 37 000 руб.
80..90 л	от 11 000 руб.	от 15 000 руб.	от 37 000 руб.
103 л	от 11 500 руб.	от 15 500 руб.	от 37 000 руб.
130 л	от 12 000 руб.	от 16 000 руб.	от 37 000 руб.
200 л	от 13 000 руб.	от 17 500 руб.	от 37 000 руб.
45 л, тор	от 12 500 руб.	от 16 500 руб.	от 37 000 руб.
60 л, тор	от 14 500 руб.	от 17 000 руб.	от 37 000 руб.
77 л, тор	от 15 000 руб.	от 18 000 руб.	от 38 000 руб.
95 л, тор	от 16 500 руб.	от 18 500 руб.	от 39 500 руб.

Иномарки, 8 цилиндров

баллоны	карбюратор	инжектор	4-ое поколение
50 л	от 10 000 руб.	от 13 500 руб.	от 45 000 руб.
65 л	от 10 500 руб.	от 14 000 руб.	от 45 000 руб.
80..90 л	от 11 000 руб.	от 15 000 руб.	от 45 000 руб.
103 л	от 11 500 руб.	от 15 500 руб.	от 45 000 руб.
130 л	от 12 000 руб.	от 16 000 руб.	от 45 000 руб.
200 л	от 13 000 руб.	от 16 500 руб.	от 45 000 руб.
45 л, тор	от 12 500 руб.	от 16 500 руб.	от 45000 руб.
60 л, тор	от 14 500 руб.	от 17 000 руб.	от 45 000 руб.
67 л, тор	от 14 500 руб.	от 18 000 руб.	от 45 000 руб.
77 л, тор	от 15 000 руб.	от 18 000 руб.	от 46 000 руб.
95 л, тор	от 16 500 руб.	от 18 500 руб.	от 47 000 руб.

Отечественные авто, 4 цилиндра

баллоны	карбюратор (2-ое поколение)	инжектор (2-ое поколение)	инжектор (4-ое поколение)
50 л	10 000 руб.	13 500 руб.	от 20 000 руб.
65 л	10 500 руб.	14 000 руб.	от 20 000 руб.
80..90 л	11 000 руб.	15 000 руб.	от 20 500 руб.
103 л	12 500 руб.	13 500 руб.	от 21 000 руб.
130 л	13 500 руб.	14 000 руб.	от 21 000 руб.
45 л, тор	12 500 руб.	13 500 руб.	от 20 000 руб.
60 л, тор	14 500 руб.	14 000 руб.	от 22 000 руб.
77 л, тор	15 000 руб.	15 000 руб.	от 24 000 руб.
95 л, тор	16 500 руб.	18 500 руб.	от 27 500 руб.

Все производители ГБО

Производитель	Безотказность	Соотношение цена/качество	Возможность установки на а/м класса				Технические характеристики			
			Эконом	Бизнес	Премиум	Комерческий	Максимальная мощность*	Ресурс форсунок	Скорость форсунок	ОВД коррекция
Lovato Италия	★★★★☆	★★★★★	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆	260 л.с.	70 -100 тыс. км.	2 мс	да
BRC Италия-США	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★	330 л.с.	200-300 тыс. км	<< 1 мс	да
Digitronic Польша	★★★★☆	★★★★☆	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆	310 л.с.	50 -70 тыс. км	2 мс	да
Alpha Россия	★★★★☆	★★★★☆	★★★★★	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆	нет	135 л.с.	30 -50 тыс. км	2,5 мс	нет
OMVL Италия	★★★★☆	★★★★☆	★★★★★	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆	245 л.с.	50-70 тыс. км	2,5 мс	да
Zenit Польша	★★★★☆	★★★★☆	★★★★★	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆	нет	135 л.с.	30 -50 тыс. км	2,5 мс	нет
Tamona Литва	★★★★☆	★★★★☆	★★★★★	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆	нет	135 л.с.	30 -50 тыс. км	3 мс	нет
Agis Италия	★★★★☆	★★★★☆	★★★★★	★☆☆☆☆	★☆☆☆☆	нет	135 л.с.	30 -50 тыс. км	3 мс	да

