

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
и.о. зав. кафедрой ЭиМ
Т.Б.Коняхина
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 Менеджмент
код – наименование направления

Разработка бизнес-плана по открытию центра бытовых услуг
в п. Бискамжа
тема

Руководитель _____ доцент, К. П. Н.И.В.Капчегашева
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ С.Ю.Курачева
подпись, дата инициалы, фамилия

Абакан 2018

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме: Разработка
бизнес-плана по открытию центра бытовых услуг вп. Бискамжа

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть

наименование раздела

подпись, дата

И. В. Капчегашева

инициалы, фамилия

Проектно-аналитическая часть

наименование раздела

подпись, дата

И. В. Капчегашева

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

инициалы, фамилия

Н. Л. Сигачева

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	8
1 Теоретическая часть. Теоретические аспекты разработки бизнес-плана	10
1.1 Сущность, цели и задачи бизнес-плана.....	10
1.2 Структура и содержание основных разделов бизнес-плана.....	16
1.3 Информация о состоянии малого и среднего предпринимательства в Республике Хакасия по итогам 2017 года.....	23
2 Проектно-аналитическая часть. Создание бизнес-плана по открытию центра бытовых услуг в п. Бискамажа	29
2.1 Общие сведения о центре бытовых услуг	29
2.2 Услуги центра бытовых услуг	32
2.3 Маркетинговые исследования	33
2.4 Организационно-финансовый план.....	48
2.5 Оценка эффективности проекта	59
2.6 Риски и гарантии	63
Заключение	65
Список использованных источников	67
Приложение А - Г.....	Ошибка! Закладка не определена.

ВВЕДЕНИЕ

Сложные экономический условия в стране ставят руководителей перед факторами неопределенности и повышенного риска. Планирование финансово-хозяйственной деятельности дает возможность не только предусмотреть все события, но и предвидеть любые неожиданности, и суметь с ними справиться. Предприятие не может полностью устранить риск в своей деятельности, но способно управлять им при помощи эффективного планирования.

В связи с этим в экономическом регулировании деятельности предприятия одно из ключевых мест занимает бизнес-планирование. С помощью бизнес-планирования руководство предприятия определяет, какой станет в будущем деятельность предприятия в зависимости от ожидаемой экономической, конкурентной, технической и правовой среды. Бизнес-планирование обеспечивает контроль за образованием и использованием материальных, трудовых и денежных ресурсов. Кроме того, бизнес-план становится основным документом, в котором для потенциальных инвесторов приводится четкое обоснование того или иного проекта. Успешно составленный бизнес-план существенно повышает шансы на привлечение средств на предприятие, способствуя реализации разработанной стратегии развития.

Основное и важное достоинство бизнес-плана заключается в том, что правильно составленный подробный план, в конечном счете, отвечает на самый важный для бизнесмена вопрос: стоит ли вкладывать деньги в это дело, принесет ли оно доходы, которые окупят все затраты сил и средств. Это документ, без которого вообще нельзя начинать коммерческую деятельность, этим и объясняется актуальность выбранной темы.

Цель данной работы заключается в разработке бизнес-плана по созданию центра бытовых услуг в п. Бискамба. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) выделить цели и задачи бизнес-плана;

- 2) изучить структуру и содержание основных разделов бизнес-плана;
- 3) провести анализ рынка бытовых услуг в Аскизском районе;
- 4) составить бизнес-план открытия центра бытовых услуг;
- 5) рассмотреть экономический эффект от предложенных мероприятий.

Объектом исследования является рынок бытовых услуг Аскизского района и Республики Хакасия.

Предмет исследования –методика разработки бизнес-плана по созданию и открытию предприятия.

Литература использованная, как теоретическая база, для выполнения данной работы, это специальная литература, материалы периодической печати и методические рекомендации. Авторы, работ которых, необходимо отметить это Квеско Р.Б., Баженов Г. Е., Шеремет А.Д.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух частей, списка использованных источников литературы и приложений.

В первой части рассматриваются теоретические основы бизнес-планирования, раскрываются цели и задачи бизнес-плана. Рассматривается статистика «состояния малого и среднего предпринимательства за 2017 год в Республике Хакасия».[30]

Во второй части представлен разработанный проект по открытию центра бытовых услуг в п. Бискамба, а также рассмотрен эффект от реализации предложенного проекта.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА

1.1 Сущность, цели и задачи бизнес-плана

«Бизнес-план — это документ, который описывает все основные аспекты будущего фирмы или новой деятельности, содержит анализ всех проблем, с которыми она может столкнуться, а также способы решения этих проблем», - пишет Квеско Р.Б. в пособии «Инновационный менеджмент» [14].

Общеизвестно, что «наилучший способ оценить свои шансы на успех - планировать и придерживаться назначенных ориентиров. План уберезет от коммерческой деятельности, обреченной на, провал».

Если намечаемое дело находится на грани банкротства, план объяснит, почему дешевле отказаться от сомнительной затеи, чем на собственном опыте учиться тому, чему план научил бы в течение нескольких часов сосредоточенной работы по его составлению. Наконец, план обеспечит «необходимой информацией тех, кто заинтересован в объективной оценке бизнес-проекта, в особенности, если понадобится внешнее финансирование. Тщательно составленный план может быть быстро переработан в финансовую заявку, которая удовлетворит большинство кредиторов».

Основная ценность бизнес-плана определяется тем, что он служит важным инструментом обоснования получения финансовой поддержки от внешних инвесторов.

Как пишет Виктор Васильевич Царев в своей книге «Оценка экономической эффективности инвестиций»: «Личное участие руководителя в составлении бизнес-плана настолько важно, что многие зарубежные банки и инвестиционные фирмы отказываются вообще рассматривать заявки на выделение средств, если становится известно, что бизнес-план с начала и до конца был подготовлен консультантом со стороны, руководителем лишь подписан. Это не означает, что не следует пользоваться услугами

консультантов, наоборот, привлечение консультантов, как правило, приветствуется инвесторами. Вместе с тем, включаясь в эту работу лично, руководитель фирмы как бы моделирует свою будущую деятельность, проверяя и сам замысел, и себя: хватит ли у него сил обеспечить успех проекту и двинуться дальше».[23]

Следует заметить, что бизнес-план — это документ перспективный и составлять его необходимо на 2 - 3 года, то есть именно на период реализации стратегического проекта. При этом за первый год основные показатели рекомендуют представлять в ежемесячной разбивке, для второго года в квартальной, и лишь начиная с третьего можно ограничиваться годовыми показателями. В зависимости от детальной проработки исходного материала различают экспресс-бизнес-план, технико-экономическое обоснование проекта, рабочий бизнес-план, бизнес-план как инвестиционная заявка. Бизнес-план — это план осуществления поэтапных действий фирмы, описывающий сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

Цель разработки бизнес-плана — спланировать всю хозяйственную деятельность предприятия на ближайший и отдаленный периоды в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

Задачами бизнес-плана являются:

- сформулировать долговременные и краткосрочные цели предприятия, стратегию и тактику их достижения;
- определить конкретные направления деятельности предприятия, целевые рынки и место предприятия на этих рынках;
- выбрать ассортимент и определить показатели товаров и услуг, которые будут предложены предприятием потребителям;
- оценить производственные и непроизводственные издержки;
- определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, стимулированию продаж, ценообразованию и тому подобное;

– оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения поставленных целей и так далее.

Привлекательность любых предприятий, как для отечественных, так и зарубежных инвесторов, с одной стороны, зависит от стабильности макроэкономических и политических условий в стране. В международной практике план развития либо изменение предприятия представляется в виде специальным образом оформленного бизнес-плана, имеющего структурированное описание проекта, преследующее определенную цель. Если проект связан с привлечением инвестиций, то он носит название «инвестиционного проекта».

Проекты подразделяют на тактические и стратегические. К стратегическим чаще относятся «проекты, предусматривающие изменение формы собственности (создание арендного предприятия, акционерного общества, частного предприятия, совместного предприятия и т.д.), или кардинальное изменение характера производства (выпуск новой продукции, переход к полностью автоматизированному производству, и т.п.). Тактические проекты связаны с изменением объемов выпускаемой продукции, повышением качества продукции, модернизацией оборудования», - пишет в учебнике Василий Гуцин.[11]

Со слов В. В. Гуцина, «для отечественной практики понятие проекта не является новым. Его отличительное качество от прежних времен заключалось в том, что основные направления развития предприятия, как правило, определялись на вышестоящем, по отношению к предприятию, уровне управления экономикой отрасли. В новых экономических условиях предприятие в лице его собственников и высшего состава управления должно само беспокоиться о своей дальнейшей судьбе, решая самостоятельно все стратегические и тактические вопросы. Такая деятельность в области инвестиционного проектирования должна быть специальным образом организована».[11].

Дальше он говорит: «Общая процедура упорядочения инвестиционной деятельности предприятия по отношению к конкретному проекту формализуется в виде так называемого проектного цикла, который имеет следующие этапы:

1) Формулировка проекта (иногда используется термин «идентификация»). На данном этапе высший состав руководства предприятия анализирует текущее состояние предприятия и определяет наиболее приоритетные направления его дальнейшего развития. Результат данного анализа оформляется в виде некоторой бизнес-идеи, которая направлена на решение наиболее важных для предприятия задач. Уже на этом этапе необходимо иметь более или менее убедительную аргументацию в отношении выполнимости этой идеи. На данном этапе может появиться несколько идей дальнейшего развития предприятия. Если все они представляются в одинаковой степени полезными и осуществимыми, то далее производится параллельная разработка нескольких инвестиционных проектов с тем, чтобы решение о наиболее приемлемых из них сделать на завершающей стадии разработки.

2) Разработка (подготовка) проекта. После того, как бизнес идея проекта прошла свою первую проверку, необходимо развивать ее до того момента, когда можно будет принять твердое решение. Это решение может быть как положительным, так и отрицательным. На этом этапе требуется постепенное уточнение и совершенствование плана проекта во всех его измерениях - коммерческом, техническом, финансовом, экономическом, институциональном и т.д. Вопросом чрезвычайной важности на этапе разработки проекта является поиск и сбор исходной информации для решения отдельных задач проекта. Необходимо сознавать, что от степени достоверности исходной информации и умения правильно интерпретировать данные, появляющиеся в процессе проектного анализа, зависит успех реализации проекта.

3) Экспертиза проекта. Перед началом осуществления проекта его квалифицированная экспертиза является весьма желательным этапом жизненного цикла проекта. Если финансирование проекта проводится с

помощью существенной доли стратегического инвестора (кредитного или прямого), инвестор сам проведет эту экспертизу, например с помощью какой-либо авторитетной консалтинговой фирмы, предпочитая потратить некоторую сумму на этом этапе, нежели потерять большую часть своих денег в процессе выполнения проекта. Если предприятие планирует осуществление инвестиционного проекта преимущественно за счет собственных средств, то экспертиза проекта также весьма желательна для проверки правильности основных положений проекта.

4) Осуществление проекта. Стадия осуществления охватывает реальное развитие бизнес идеи до того момента, когда проект полностью входит в эксплуатацию. Сюда входит отслеживание и анализ всех видов деятельности по мере их выполнения и контроль со стороны надзирающих органов внутри страны и/или иностранного или отечественного инвестора. Данная стадия включает также основную часть реализации проекта, задача которой, в конечном итоге, состоит в проверке достаточности денежных потоков, генерируемых проектом для покрытия исходной инвестиции и обеспечения желаемой инвесторами отдачи на вложенные деньги.

5) Оценка результатов. Оценка результатов производится как по завершению проекта в целом, так и в процессе его выполнения. Основная цель этого вида деятельности заключается в получении реальной обратной связи между заложенными в проект идеями и степенью их фактического выполнения. Результаты подобного сравнения создают бесценный опыт разработчиков проекта, позволяя использовать его при разработке и осуществлении других проектов».[11]

Можно перечислить следующие основные типы инвестиционных проектов:

- а) Замена устаревшего оборудования, как естественный процесс продолжения существующего бизнеса в неизменных масштабах. Обычно подобного рода проекты не требуют очень длительных и многосложных процедур обоснования и принятия решений. Много

альтернативность может появляться в случае, когда существует несколько типов подобного оборудования, и необходимо обосновать преимущества одного из них.

- б) Замена оборудования с целью снижения текущих производственных затрат. Целью подобных проектов является использование более совершенного оборудования взамен работающего, но сравнительно менее эффективного оборудования, которое в последнее время подверглось моральному старению. Этот тип проектов предполагает очень детальный анализ выгодности каждого отдельного проекта, т.к. более совершенное в техническом смысле оборудование еще не однозначно более выгодно с финансовой точки зрения.
- в) Увеличение выпуска продукции и/или расширение рынка услуг. Данный тип проектов требует очень ответственного решения, которое обычно принимается верхним уровнем управления предприятия. Наиболее детально необходимо анализировать коммерческую выполнимость проекта с аккуратным обоснованием расширения рыночной ниши, а также финансовую эффективность проекта, выясняя, приведет ли увеличение объема реализации к соответствующему росту прибыли.
- г) Расширение предприятия с целью выпуска новых продуктов. Этот тип проектов является результатом новых стратегических решений и может затрагивать изменение сущности бизнеса. Все стадии анализа в одинаковой степени важны для проектов данного типа. Особенно следует подчеркнуть, что ошибка, сделанная в ходе проектов данного типа, приводит к наиболее драматическим последствиям для предприятия.
- д) Проекты, имеющие экологическую нагрузку. В ходе инвестиционного проектирования экологический анализ является необходимым элементом. Проекты, имеющие экологическую нагрузку, по своей природе всегда связаны с загрязнением окружающей среды, и потому

эта часть анализа является критичной. Основная дилемма, которую необходимо решить и обосновать с помощью финансовых критериев - какому из вариантов проекта следовать:

- 1) использовать более совершенное и дорогостоящее оборудование, увеличивая капитальные издержки,
 - 2) приобрести менее дорогое оборудование и увеличить текущие издержки.
- е) Другие типы проектов, значимость которых в смысле ответственности за принятие решений менее важна. Проекты подобного типа касаются строительства нового офиса, покупки нового автомобиля и т. д.[11]

Таким образом, проектный цикл включает в себя формулировку, разработку, экспертизу, осуществление проекта, а также оценку результатов проекта. А инвестиционные проекты в свою очередь подразделяются на определенные типы вследствие практики проектного анализа.

1.2 Структура и содержание основных разделов бизнес-плана

Структура и содержание бизнес-плана может меняться в зависимости от цели составления и области применения. Различные экономисты выделяют несколько структур бизнес-планов, однако все они имеют приблизительно одинаковое строение. [5]

1. Титульный лист.
2. Резюме.
3. Описание вида деятельности, продукции (работы или услуги).
4. План маркетинга или маркетинговое исследование.
5. Производственный план.
6. Организационный план.
7. Страхование рисков.
8. Финансовый план.
9. Приложения.

1. Титульный лист

Титульный лист бизнес-плана является визитной карточкой бизнес-проекта и его разработчиков. Содержит информацию по названию проекта, месторасположению зоны хозяйствования, информацию о разработчиках проекта, сфере бизнеса, сроках начала и окончания реализации проекта.

2. Резюме

Резюме - сжатый, быстро читаемый обзор информации о намечаемом бизнесе и целях, которые ставит перед собой предприятие, начиная свое дело или развивая имеющееся.

По сути, является сокращенной версией самого бизнес-плана:

- возможности для бизнеса;
- привлекательность бизнеса;
- важность для предприятия и региона;
- необходимые финансовые ресурсы (собственные или заемные);
- срок окупаемости проекта;
- возможный срок возврата заемных средств;
- условия инвестирования;
- ожидаемая прибыль и ее распределение и так далее.

Порядок изложения сути является достаточно свободным, однако необходимо начинать с главной цели предлагаемого бизнеса - получение прибыли и назначения, разрабатываемого бизнес-плана.

Концепция бизнеса (резюме) составляется в конце написания бизнес-плана, однако находится в начале. В разделе, описывающем ситуацию в настоящее время и дающем краткую информацию о предприятии, отражаются следующие моменты:

- главные события, повлиявшие на появление идей по бизнес-плану;
- главные обстоятельства и проблемы, стоящие перед менеджерами;
- состояние на рынке и положение, которого необходимо добиться и прочее.

Далее в сжатой форме приводится основная информация о предприятии – дата основания, организационно – правовая форма, учредители, юридический адрес и тому подобное. В разделе, характеризующем объект бизнеса, необходимо отметить направленность бизнес-плана (продукция, работы, услуги, создание нового предприятия, развитие действующего, финансовое оздоровление). Также здесь необходимо отметить, важность товара для потребителей, его уникальность. Резюме должно быть кратким (не более 2 - 3 страниц) и трактоваться как самостоятельный документ, так как в нем содержатся основные положения всего бизнес-плана.

В резюме четко формулируются цели проекта, какие проблемы будут решены и потребности развития внешней среды удовлетворены.

Информационная емкость резюме должна быть достаточна и убедительна для потенциального инвестора. По содержанию вводной части инвестор зачастую судит о том, стоит ли ему терять время дальше и читать план до конца. Нужно четко и убедительно изложить основные положения предлагаемого проекта, а именно - чем будет заниматься фирма, сколько денег потребуется вложить, какой ожидается спрос на продукцию (работы или услуги) и почему фирма добьется успеха, каким образом полученная сумма денег будет возвращена. Даже если не нужно обращаться за ссудой, в плане должно быть обосновано целевое использование собственных средств (денег партнеров, друзей, членов семьи).

3. Описание вида деятельности, продукции (работы или услуги)[5]

Решение о том, каким видом коммерческой деятельности заняться (торговлей, промышленностью или сферой услуг), что он будет из себя представлять в течение ближайших пяти лет - самое важное решение, которое предстоит принять. Всякий бизнесмен предполагает заниматься несколькими видами деятельности. В связи с этим становится вопрос об основной сфере занятий. Планирование целиком строится на представлениях о будущем деле. Если здесь будет допущена серьезная ошибка, шансы на успех заметно уменьшатся. Раздел начинается с анализа бизнеса на текущий момент,

описываются основные направления и цели деятельности фирмы, история бизнеса, а также характеристика отрасли промышленности, к которой относится проект. Отражается текущая ситуация и тенденции ее развития. Наряду с характеристикой положения дел на фирме должна быть оценена и стадия ее развития: становление, расширение действующего бизнеса, слияние с другой фирмой или выделение из состава более крупной. Рекомендуется также дать справку по последним новинкам, перечислить потенциальных клиентов. Необходимо изучить все прогнозы по данной отрасли.

4. План маркетинга

Анализ будущего рынка сбыта — это один из важнейших этапов подготовки бизнес-плана, и на такую работу нельзя жалеть ни средств, ни сил, ни времени. Опыт показывает, что неудача большинства несостоявшихся со временем проектов была связана именно со слабым изучением рынка и недооценкой его емкости. Самые гениальные технологии оказываются бесполезными, если на них нет своих покупателей. Поэтому этот раздел наиболее труден для написания. Необходимо убедить инвесторов в существовании рынка для продукции и показать, что вы можете продать на нем свою продукцию.

Для этого нужно определить тот сегмент рынка, который будет для предприятия главным. Как правило, новые предприятия могут успешно конкурировать лишь на одном, достаточно узком сегменте рынка, выбор такого сегмента может зависеть и от остроты конкурентной борьбы, которая для одного типа продукции может быть слабее, а для другого - сильнее.

5. Производственный план

Назначение раздела - обоснование выбора производственного процесса и расчет экономических показателей динамики развития деятельности согласно этапам проекта.

Раздел содержит следующую информацию:

- место производства товаров;
- необходимые производственные мощности и их увеличение по годам;

- закупка сырья, материалов и компонентов;
- репутация фирм-поставщиков, опыт работы с ними;
- производственная кооперация - с кем и на каких условиях;
- необходимое оборудование;
- фирмы-поставщики оборудования;
- схема производственных потоков на предприятии;
- контроль качества продукции: на каких стадиях и с помощью каких методов;
- уровень издержек производства и их динамика;
- затраты на утилизацию отходов и защиту окружающей среды.

Местонахождение предприятия.

Удачное расположение предприятия способно приносить прибыль. Первоначально необходимо представить идеальное местонахождение предприятия, а затем прикинуть, какой степени приближения к идеалу можно добиться.

В этом разделе необходимо отразить следующее:

- а) Адрес предприятия.
- б) Особенности помещения, занимаемого предприятием.
- в) Производится ли реконструкция здания и сколько стоит данная реконструкция. Необходимо включить в перечень сопроводительных документов подрядчиков, выполняющие работы по реконструкции.
- г) Можно ли заниматься данным видом предпринимательской деятельности в близлежащих районах.
- д) Виды бизнеса, которые наиболее распространены в данном регионе.
- е) Почему выбрано данное место.
- ж) Сумма текущих издержек предприятия.

Если деятельность и местонахождение предприятия уже выбрано удачно, необходимо отслеживать все изменения, происходящие в данном районе, строительство дорог, изменения в численности и составе населения, перемещение людей, поправки, вносимые в муниципальные установления.

Проанализировать данные переписей населения за несколько лет, чтобы выявить долговременные тенденции. Поддерживайте постоянные контакты с агентами по продаже недвижимости, которые, наверняка, в курсе происходящих событий.

6. Организационный план

В данном разделе необходимо показать, кто будет внедрять намеченные мероприятия по проекту. На основании этого раздела потенциальный инвестор должен получить представление о том, кто именно будет осуществлять руководство фирмой, и каким образом, будут складываться отношения между членами руководства и с коллективом на практике.

7. Страхование рисков

Раздел, описывающий потенциальные риски особенно важен, так как фактор риска оказывает большое влияние на финансово – хозяйственную деятельность предприятия.

Следует учитывать, как минимум, следующие виды рисков:

- производственные, связанные с различными нарушениями в производственном процессе или процессе поставок сырья, материалов и комплектующих;
- коммерческие, связанные с реализацией продукции на рынке не в полном объеме;
- финансовые риски, которые вызываются инфляционными процессами, неплатежами, колебаниями валютных курсов и т.п.;
- риски, связанные с форс–мажорными обстоятельствами, которые могут быть вызваны непредвиденными обстоятельствами (от смены политического курса до стихийных бедствий).

Методы снижения влияния рисков различны, однако наиболее действенным является коммерческое страхования, создание резервного фонда и функционирование предприятия с большим запасом финансовой прочности.

8. Финансовый план

Важной частью практически любого бизнес-плана является финансовый план. Этот раздел призван обобщить материалы предыдущих частей и представить их в стоимостном выражении. Финансовый план составляется на весь период реализации бизнес-проекта и включает в себя: план доходов и расходов, план денежных поступлений и платежей, балансовый план на первый год. При составлении финансового плана анализируется состояние наличности, устойчивость предприятия, источники и использование средств. В заключении определяется срок окупаемости или точка самоокупаемости.

Сводный прогноз доходов и расходов разрабатывается на каждый год. Основным источником доходов большинства предприятий являются продажи. Именно продажи определяют все прочие аспекты деятельности предприятия. Для составления прогноза используются опросы потребителей, опросы торговых работников, консультации с экспертами, анализ временных рядов.

Финансовый план содержит обоснование движения денежных потоков по кварталам и годам реализации бизнес-проекта. Данные финансового плана являются основой расчетов эффективности проектируемых инвестиций.

Цель финансового плана определить эффективность предлагаемого бизнеса. В данном разделе необходимо отразить [5]:

- общую потребность в инвестициях;
- источники финансирования;
- план доходов и расходов;
- баланс денежных расходов и поступлений;
- потребность в оборотном капитале;
- срок окупаемости проекта;
- отчет по прибыли

А также необходимые финансовые показатели. Особое место в финансовом плане следует уделить расчету безубыточности и запаса финансовой прочности. Запас финансовой прочности представляет собой разницу объема продаж анализируемого года и объема точки безубыточности.

Итак, бизнес-план позволяет оценить возможности и спрогнозировать развитие бизнеса.

1.3 Информация о состоянии малого и среднего предпринимательства в Республике Хакасия по итогам 2017 года

Еще не маловажно при планировании бизнеса, владеть информацией о фактическом состоянии предпринимательства в том районе, где планируется открытие предприятия. Какие отрасли развиваются, какая есть поддержка от правительства или государства. Обратимся на официальный сайт Министерства экономического развития Республики Хакасия и Управления Федеральной службы государственной статистики. Ознакомимся с отчетом, размещенным на сайте Министерства экономического развития Республики Хакасия:

Мониторинг состояния малого и среднего предпринимательства за 2017 год проведен в соответствии с постановлением Правительства Республики Хакасия от 28.04.2005 № 124 «О проведении мониторинга малого и среднего предпринимательства в Республике Хакасия» по ряду основных экономических показателей, представленных в приложении к аналитической записке [30].

По данным Управления Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва, Управления Федеральной налоговой службы по Республике Хакасия, оценке Министерства экономического развития Республики Хакасия (далее – Министерство) в республике в настоящее время осуществляют деятельность 5 687 малых предприятий (в том числе микропредприятий), 33 средних предприятия, количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей (в том числе глав крестьянских фермерских хозяйств) составляет 14 893 единиц. Схематически данные показатели изображены на рисунке 1.1.

В статье говорится, что «по сравнению с 2016 годом общее количество субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) республики

в 2017 году снизилось и составило 20 613 единиц. Снижение количества средних предприятий в 2017 году связано с изменениями критериев отнесения хозяйствующих субъектов к субъектам МСП (увеличение предельного значения дохода средних организаций с 1 млрд. руб. до 2 млрд. руб. в соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»).



Рисунок 1.1 - Количество субъектов малого и среднего предпринимательства за 2017 год.

По оценочным данным оборот малых предприятий (без микропредприятий) составил 27442,3 млн рублей, в сравнении с 2016 годом наблюдается увеличение на 4 014,3 млн рублей».

По основным видам экономической деятельности показатель представлен следующим образом:

- промышленность – 4664,7 млн рублей (увеличение по сравнению с аналогичным показателем по состоянию на 01.01.2017 года составило 2295,2 млн рублей);
- строительство – 1563,2 млн рублей (снижение по сравнению с аналогичным показателем по состоянию на 01.01.2017 года составило 594,3 млн рублей);

– сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство –444,4 млн рублей (увеличение по сравнению с аналогичным показателем по состоянию на 01.01.2017 года составило 168,8 млн рублей).[30]

Отраслевая структура малых предприятий по видам экономической деятельности в течение ряда лет остается практически неизменной. Сфера торговли и общественного питания в связи с достаточно высокой оборачиваемостью капитала является наиболее предпочтительной для малого бизнеса. По оценочным данным 2017 года её удельный вес составил 32,8% от общего количестве малых предприятий (без микропредприятий) республики. На предприятия промышленности приходится 14,1% удельного веса малых предприятий (без микропредприятий), 13,2% - на строительство, 29,9% - на прочие. На рисунке 1.2 изображена отраслевая структура малых предприятий Республики Хакасия, без учета микропредприятий.



Рисунок 1.2 - Отраслевая структура малых (без микро) предприятий, %

Из статьи мы видим, что:

1) численность занятых в малом и среднем предпринимательстве по оценочным данным за 2017 год составила 40,0 тыс. человек, без учета работающих на индивидуальных предпринимателей, что немного выше аналогичного показателя прошлого года на 0,6 тыс. человек (39,4 тыс. человек за 2016 год);

2) доля отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами малых (без микропредприятий) и средних предприятий в общем объеме по полному кругу организаций по оценочным данным Министерства в 2017 году сократилась по сравнению с 2016 годом и составила 9,3%;

3) объем поступлений налогов на совокупный доход в консолидированный бюджет Республики Хакасия за 2017 год составил 1 056,2 млн рублей, что на 52,6 млн рублей больше, поступлений 2016 года (1 003,6 млн рублей);

4) объем поступлений налогов на совокупный доход в республиканский бюджет Республики Хакасия за 2017 год составил 791,2 млн рублей, что на 61,55 млн рублей больше, чем в 2016 году (729,65 млн рублей).

Таким образом, малые и средние предприятия Республики Хакасия демонстрируют снижение темпов экономического роста по основным показателям деятельности, хотя по ряду показателей сохраняется положительная динамика.

Как сказано в отчете: «В течение 2017 года Министерством проведена работа по оказанию субъектам МСП информационной и консультационной поддержки. Осуществлялся личный прием субъектов малого и среднего предпринимательства, проводились онлайн консультации, консультации по телефону, велась постоянная работа с обращениями граждан и субъектов малого и среднего предпринимательства Республики Хакасия для предоставления заявителям подробных разъяснений по интересующим вопросам. Деятельность в данном направлении освещалась в средствах массовой информации.

В рамках реализации Программы, организовано два кратких обучающих курса «Онлайн ресурсы для бизнеса» и «Поддержка малого и среднего предпринимательства по линии Корпорации МСП», по итогам прохождения которого выдавался именной сертификат. Всего пройти обучение смогли тридцать восемь человек. Целью проведенного мероприятия являлось:

повышение компетентности, совершенствование знаний, умений и навыков в сфере предпринимательской деятельности, позволяющее предпринимателям использовать все виды поддержки, предлагаемые в рамках действующих программ, а именно по формированию единой информационной среды, объединяющей основные направления поддержки и развития субъектов предпринимательства, направленной на обеспечение равного доступа к ней всех заинтересованных лиц, и повышения эффективности использования бюджетных средств, формирования благоприятного инвестиционного климата и повышения инвестиционной привлекательности Республики Хакасия.

Одним из условий привлечения средств федерального бюджета в 2018 году является наличие регионального приоритетного проекта по развитию малого и среднего предпринимательства. В конце 2017 года Министерством подготовлен, а президиумом Совета развития Республики Хакасия при Главе Республики Хакасия – Председателе Правительства Республики Хакасия утвержден паспорт регионального проекта «Формирование сервисной модели поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Хакасия» на 2018 – 2020 годы.

На 2018 год запланирована реализация следующих основных направлений Программы:

- развитие микрофинансовой организации (НО «Гарантийный фонд – микро кредитная компания Республики Хакасия»);
- создание центра поддержки предпринимательства (на базе, НО «Фонд развития Республики Хакасия»);
- поддержка мероприятий муниципальных программ развития малого и среднего предпринимательства.
- организация профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации.

С целью реализации указанных выше мероприятий Программы на 2018 год Министерством сформирована и направлена заявка для участия в конкурсном отборе, проводимом Министерством экономического развития

Российской Федерации. По итогам конкурсного отбора Республике Хакасия одобрена субсидия в следующем объеме:

- субсидии на развитие микрофинансовой организации – 4 708,6 тыс. рублей;
- субсидии на создание и (или) развитие центра поддержки предпринимательства – 5 055,6 тыс. рублей;
- поддержка мероприятий муниципальных программ (подпрограмм) развития малого и среднего предпринимательства (моногорода) – 6 825,0 тыс. рублей.

На софинансирование данных мероприятий в республиканском бюджете Республики Хакасия предусмотрено 9 575,1 тыс. рублей, в том числе по мероприятиям:

- субсидии на развитие микрофинансовой организации – 8 400,0 тыс. рублей;
- субсидии на создание и (или) развитие центра поддержки предпринимательства – 500,1 тыс. рублей;
- поддержка мероприятий муниципальных программ (подпрограмм) развития малого и среднего предпринимательства – 675,0 тыс. рублей.

Отметим, что в Министерство экономического развития Российской Федерации поданы заявки на привлечение субсидии для создания многофункциональных центров для бизнеса на 2018 год в размере 1 456,0 тыс. рублей и развития молодежного предпринимательства – образовательная программа «Ты-предприниматель» в размере 1 000,0 тыс. рублей и «Создание центра молодежного инновационного творчества» в размере 2 063,6 тыс. рублей.

Министерством продолжается работа по обеспечению координации действий органов исполнительной власти и органов местного самоуправления, направленных на создание благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса в рамках соответствующих программ.» [30]

ПРОЕКТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 СОЗДАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА ПО ОТКРЫТИЮ ЦЕНТРА БЫТОВЫХ УСЛУГ В П. БИСКАМЖА

2.1 Общие сведения о центре бытовых услуг

В современном темпе жизни далеко не все имеют возможность и навыки заниматься домашними делами. Большинство семей заняты зарабатыванием денег, а свободное время проводить на отдыхе. На домашние хлопоты времени не остается, а разнообразие бытовой техники и интеллектуальных систем в доме становится больше. Ремонт выключателя или розетки может откладываться на бесконечное «потом», из-за сломанного крана может произойти авария, поэтому помощь мастера по ремонту становится не оценима полезна. Количество магазинов разной модной одежды растет с каждым днем, но все равно практически в любом населенном пункте нашей страны, все еще остаются люди, желающие носить одежду не повторимую, сшитую для них индивидуально.

Оценив ситуацию, что в рабочем поселке нетательееи салонов красоты, предоставляющих в комплексе разные услуги одновременно. А основная масса населения, для получения подобных услуг, ездит в районный центр в с. Аскиз, который находится на расстоянии 100 км от нашего поселка или в г. Абакан, который расположен на расстоянии 200 км, а это ощутимые затраты времени, денег. К тому же не каждый может себе это позволить, например пенсионеры. Поэтому выбор деятельности предприятия, был сделан в сторону сферы оказания бытовых услуг, Данный сервис будет для поселка неоспоримым шансом для улучшения качества жизни местного населения и близлежащих поселков. А также создания дополнительных рабочих мест, официального трудоустройства для людей надомников, получения полного

социального пакета. И что еще не маловажно, оптовая закупка расходных материалов, позволит снизить цены на услуги.

Важное значение имеет место, где будет располагаться центр. У выбранного места должно быть хорошее транспортное сообщение с центром, большая проходимость, соседство учреждений, которые посещает большое количество людей, а также необходимо учесть социальный статус, проживающих и работающих в п. Бискамжа.

Основная идея данного вида бизнеса заключается в том, что в целях экономии времени населения поселка необходимо собрать весь спектр бытовых услуг в одном помещении. Помещение «Центра бытовых услуг» площадью 101 м² приобретается по стоимости 1835400 руб. Акцент в создаваемом нами бизнес-плане будет нацелен на создание на первом этаже салона красоты и на втором этаже ателье по пошиву и ремонту одежды. Дополнительный перечень оказываемых услуг содержит: оказание услуг по ремонту электротехники, мебели, ремонт обуви, услуги няни и сделки. На данные услуги будут сдаваться помещения в аренду.

Регистрируемое предприятие или центр бытовых услуг, оформляется как Общество с ограниченной ответственностью «Antonella». У предприятия один учредитель, который является руководителем. Центр бытовых услуг будет находиться по адресу п. Бискамжа ул. Железнодорожная, д.20.

Форма организационно - правовой собственности: Общество с ограниченной ответственностью (ООО)

Наименование фирмы: ООО «Antonella».

Дата открытия: 01 Январь, 2019 год.

Собственный капитал: 1835400 руб.

Система налогообложения: упрощенная – доходы минус расходы, со ставкой 15 %.

Деятельность центра бытовых услуг ООО «Antonella» ориентирована на жителей п. Бискамжа, ст. Ясная Поляна, ст. Ала-Тау, ст. Тузуксу, п. Балыкса, в частности на жителей данного района. Рабочий поселок является своего рода

центром транспортного сообщения между мелкими поселениями и городом Абакан и Кемеровской областью. Из близлежащих поселений приезжают к нам, чтобы на автобусе или электропоезде, или поезде ехать дальше к пункту назначения. Время между транспортом значительное и пассажиры могут успеть посетить врача, парикмахера, сделать покупки и т.д. Именно поэтому выбранное место можно считать вполне соответствует всем пожеланиям.

При наличии существующих собственных средств, не большого вложения в дальнейшем в основные средства, плюс получение субсидии в сумме 58800 рублей на организацию предпринимательской деятельности, позволит, исходя из экономических соображений, обеспечить успех и окупаемость оказания услуг.

На проведение отделочных и сантехнических работ будет потрачено 200000 руб. Закупка оборудования – 216800 руб.

Для реализации проекта планируется привлечь 592 935 руб. кредитных средств, что составит 26% стоимости проекта. 2,6% - это субсидия на организацию предпринимательской деятельности. Остальные 71,4% будут взяты из собственных накоплений учредителя. Кредит привлекается на 5 лет под годовую процентную ставку 16. По данному кредиту предоставляется отсрочка по платежам в течение 3 месяцев, после чего возврат кредитных средств осуществляется ежемесячно. Сумма штрафа в случае просрочки платежей составит 2,5 процента.

Структура управления будет состоять из административного отдела, который представлен директором и администратором. Обслуживающий персонал представлен 9-ю мастерами и уборщицей.

Центр бытовых услуг будет открыт для клиентов с 10.00 до 19.00 часов, без выходных. Есть возможность вызова мастера на дом, для срочной работы, а также будет вестись запись клиентов на удобное время. Прием заказов на ремонт бытовой техники, мебели или обуви, администратор будет принимать и адресовать работникам-надомникам, который будут это выполнять. График работы сотрудников – скользящий, посменный, не полная занятость.

2.2 Услуги центра бытовых услуг

Виды деятельности центра бытовых услуг будут: парикмахерская, маникюр, педикюр, косметология, а также ремонт одежды, пошив красивого постельного белья и штор. Все работы отвечают современным требованиям, как по качеству материала, так и модному дизайну.

Многим знакома ситуация, когда длина, брюк не соответствует росту и приходится укорачивать длину. Но не все могут самостоятельно это сделать. В ателье можно будет заказать пошив постельного белья, например к юбилею. Белье, отделанное кружевом и вышивкой, а также именами молодоженов это прекрасный подарок, на начало семейной жизни. Такое белье любой захочет сохранить на память. Или же пошив постельного белья для новорожденного ребенка.

Еще мастера могут производить срочный ремонт одежды в вечернее время до 21.00 часа. Это дополнительная услуга, по звонку в ателье, мастер приезжает домой, берет заказ и уже через час вещи в порядке и можно спокойно идти на работу.

Цель создания данного направления:

в начале деятельности:

- найти наиболее выгодно направление предпринимательской деятельности, при относительно малых вложениях накоплений;
- наработка опыта;
- наработка своих клиентов.

на 2 этапе:

- расширение бизнеса путем увеличения разнообразия услуг.

Салон красоты будет работать в основных четырех направлениях, которые по статистике пользуются наибольший спросом у клиентов:

парикмахерские услуги; маникюр и педикюр; уход за кожей лица; уход за кожей тела.

Оказываемые услуги, будут привлекательны, прежде всего из-за высокого качества используемых материалов и относительно низких цен (цена услуг на 5-10% ниже конкурентных). Данное положение обеспечивается за счет:

- 1) применения современного оборудования;
- 2) использования более рациональных технологий оказания услуг;
- 3) применения новых высоко технологичных материалов;
- 4) высококвалифицированного персонала;
- 5) снижения издержек оказания услуг.

Учитывая, что ниша в этой отрасли сильно заполнена, но в основном, это парикмахерские, с малым спектром оказываемых услуг, мы будем привлекать специалистов с опытом работы и готовностью к импровизации. Кроме того, цены в нашем салоне будут значительно ниже, чем в целом в салонах такого уровня. Перечень услуг и расценки представлены в Приложении Б.

2.3 Маркетинговые исследования

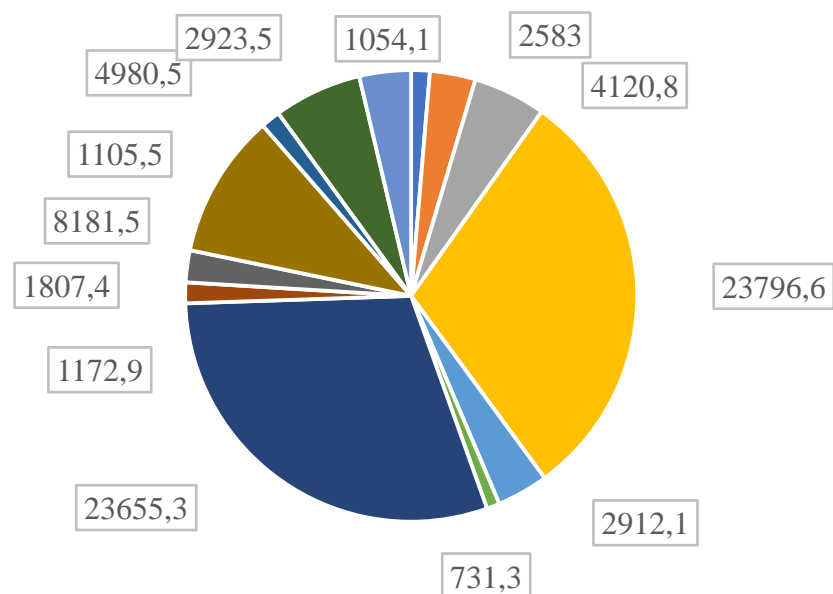
Со слов маркетолога-аналитика Баженовой А. И.: «Согласно налоговому кодексу, под бытовыми услугами понимаются платные услуги, оказываемые физическим лицам. Эта же деятельность, в адрес юридических лиц, бытовой услугой не считается»[30]

Рассматривая структуру бытовых услуг населению, представленную в отчете Росстата за сентябрь 2017 года и изображенную на рисунке 2.1., видим, что двумя самыми крупными сегментами в 2017 году стали «техническое обслуживание и ремонт транспорта, машин и оборудования», а также «ремонт и строительство жилья». Третьим сегментом, существенно отстающим от первых двух, но значительно опережающим остальные, является сегмент «услуги парикмахерских».

Как отмечает Баженова А. И., «маркетинговые агентства, изучающие рыночные тенденции, в отличие от Росстата, включают категорию парикмахерских в исследования рынка салонов красоты. Однако практически все исследования рынка салонов красоты охватывают именно организации, где производится стрижка и окрашивание волос. Это вполне логично и объясняется тем, что они составляют практически 95% от всех подобных предприятий».

Еще она говорит, что «рынок салонов красоты обладает определенной спецификой, связанной с некоторыми его особенностями:

- он очень динамичный и быстро меняющийся. Практически каждый год около четверти, а по некоторым данным, 30% заведений разоряется или закрывается. Однако вместо них тут же открываются новые, поэтому общее количество салонов красоты не только не сокращается, но и зачастую увеличивается;
- значительная часть парикмахерских, составляющих львиную долю общего количества подобных заведений, ориентированы на оказание услуг, которые практически не зависят от фазы развития экономики, испытывает ли она подъем или кризис. Поэтому общий объем предоставляемых населению услуг относительно стабилен даже во время финансово-экономического спада».



- ремонт, окраска и пошив обуви
- ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов, трикотажных изделий
- ремонт и техобслуживание бытовой аппаратуры, машин и приборов, металлоизделий
- техобслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования
- изготовление и ремонт мебели
- химическая чистка и крашение, услуги прачечных
- ремонт и строительство жилья и других построек
- услуги фотоателье
- услуги бань и душевых
- услуги парикмахерских
- услуги предприятий по прокату
- ритуальные услуги

Рисунок 2.1 - Объем оказанных бытовых услуг населению
по видам, млн. руб.

В 90 крупнейших городах России в настоящее время работает около 72,5 тысяч парикмахерских и студий загара. Можно с уверенностью сказать, что эти цифры включают в себя подавляющее большинство компаний рынка салонов красоты всей страны.

Несмотря на финансово-экономический кризис, объем рынка услуг, оказываемых салонами красоты, в последние годы вырос, причем это относится как к московскому рынку, так и общероссийскому. При этом необходимо учесть, что увеличение объема оказываемых услуг во многом было обеспечено ростом цен, который происходил на фоне снижения натуральных показателей. Эксперты отмечают, что даже в кризисные 2014 и 2015 годы рынок рос и достаточно заметно (на 12% и 6% соответственно).

Как пишет Андрей Баранов в своей книге «Управление региональной конкурентоспособностью»: «Одной из характерных черт рыночной экономики является конкуренция. Конкуренция, есть неотъемлемая часть деятельности. Если предприниматель планирует стратегию своего предприятия, ему обязательно придётся думать о конкуренции, потому что цель стратегии — это достижение успеха, что на самом деле означает победу над конкурентами».[4]

Существенными конкурентами на рынке бытовых услуг являются салоны и ателье находящиеся в с. Аскиз, так как они расположены на сравнительно небольшом расстоянии от п. Бискамажа.

Рынок салонов красоты представлен рядом салонов, среди которых наибольшую долю рынка занимают ООО «Магия красоты» и ООО «Олимпия» в с. Аскиз. Анализ конкурентов показывает стабильность объема оказываемых услуг. Услуги, оказываемые фирмами, отличаются высоким качеством. В качестве существенного недостатка отмечается высокая цена услуг и длительные сроки исполнения услуги.

Именно по последним позициям салон планирует получить конкурентные преимущества, так как планируется оказывать услуги высокого качества по ценам ниже конкурентных на 10-15%. Проведем оценку рынков сбыта и конкурентов (см. таблицы 2.1, 2.2).

Таблица 2.1 - Оценка рынков сбыта

Показатели	Ед. измерения	Близлежащий город или населенный пункт	Населенные пункты в радиусе 100 км	Рынки, удаленные за 100 км
Уровень спроса	%	65	25	16
Степень удовлетворения спроса	%	50	20	16
Уровень конкуренции	-	Выше среднего	Выше среднего	Средний
Доля потребителей, готовых пользоваться услугами	%	65	25	16

Таблица 2.2- Анализ и оценка конкурентов

Характеристика конкурентов	Ед. измерения	Основные конкуренты	
		ООО «Магия красоты»	ООО «Олимпия»
Занимаемая доля рынка,	%	10	25
Уровень цены	-	Высокая	Высокая
Финансовое положение (рентабельность)	%	20-25	28-30
Уровень технологии	-	Средний	Высокий
Качество услуг	-	Высокое	Высокое
Расходы на рекламу	-	Минимальные	Минимальные
Привлекательность внешнего вида	-	Нормальная	Нормальная
Время деятельности предприятия,	лет	5	10

Учитывая сложившуюся ситуацию на рынке и уровень спроса на услуги можно с уверенностью утверждать, что деятельность салона на данном направлении будет успешной. Планируется в первый год деятельности занять приблизительно 10-15% рынка, а в перспективе поднять данную величину до 35-49%.

Для анализа степени лояльности покупателей услуг, было проведено анкетирование - количество респондентов – 100 человек. Опрос проводился в вателе ООО «Магия красоты».

Целью анализа явилось получение информации и данных, которые являются важными, так как исходят от самих потребителей. Для получения данных была разработана анкета, представленная в Приложении А.

Было опрошено 100 женщин в возрасте от 20 до 65 лет, среди них: женщины в возрасте от 20 до 30 лет – 30 (30%), от 30 до 40 лет – 53 (53%), от 40 до 50 лет – 13 (13%), и старше 50 лет – 4 (4%).

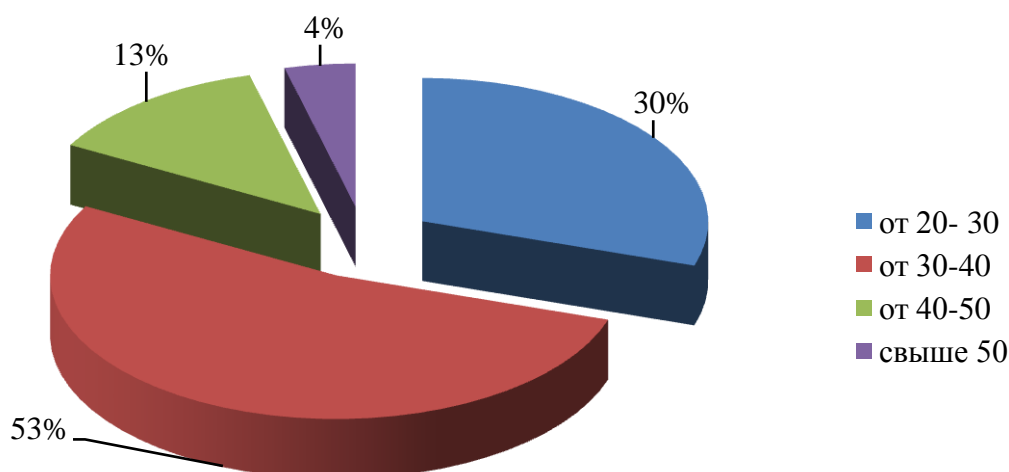


Рисунок 2.2 – Количество опрошенных по возрасту

Наибольшее количество опрошиваемых составило в возрасте от 30 до 40 лет.

Социальный статус опрошенных следующий: управляющих высшего звена 9 человек (9%), управляющих среднего звена – 34 человека (34%), служащих по найму – 49 человек (49%), домохозяйек – 8 человека (8%).

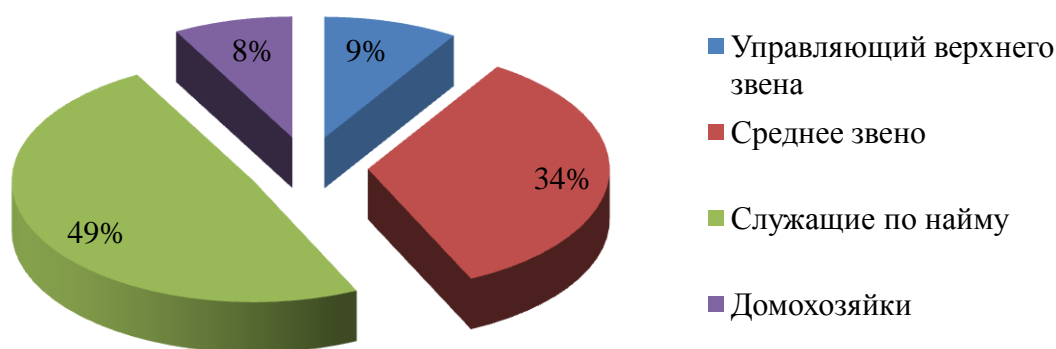


Рисунок 2.3 – Структура по месту работы

Наибольший удельный вес составляют служащие по найму.

По уровню доходов опрошенные разделились на три группы:

- среднемесячный доход от 5 до 10 тыс. руб. – 23 человека (23%);
- среднемесячный доход от 10 до 25 тыс. руб. – 66 человек (66%);
- среднемесячный доход свыше 25 тыс. руб. – 11 человек (11%).

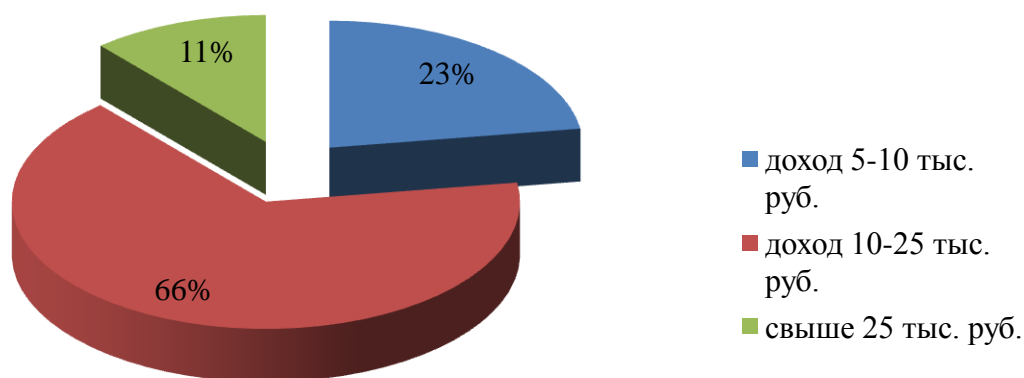


Рисунок 2.4 – Структура респондентов по получаемому доходу

Большинство опрошенных женщин (38 – 71,7%) являются постоянными

посетительницами данного ателье. Они совершали покупки в данном ателье два или более раз (вопрос анкеты № 2).

Опрашиваемых просили оценить уровень обслуживания в посещаемом ателье в целом и по таким параметрам как уровень качества, уровень ассортимента, уровень цен и уровень работы персонала (вопросы анкеты № 3, 5, 7, 9, 11). Оценка проводилась по трехбалльной шкале со следующей градацией: высокий уровень, средний, и низкий. Результаты ответов на эти вопросы сведены в таблицу 2.3.

Таблица 2.3 - Оценивание посещаемого ателье

Оцениваемый параметр	Количество ответов, %		
	высокий	средний	низкий
Общий уровень обслуживания	73,6	26,4	-
Уровень качества товара	81,1	18,9	-
Уровень удовлетворительности ассортимента	18,1	81,9	-
Уровень цен	35,8	64,2	-
Уровень работы персонала	90,6	9,4	-

Анализ таблицы 2.3 показывает, что ни один из оцениваемых факторов не получил отрицательной оценки («низкий уровень»). Удовлетворительную оценку, соответствующую в анкете уровню «средний» получили такие факторы как уровень удовлетворительности ассортимента (81,9% потребителей), уровень цен (35,8%) и общий уровень обслуживания (26,4%).

Отметим, что большинство опрошенных оценили общий уровень обслуживания в ателье как достаточно высокий – 73,6%. Уровень качества услуг, реализуемых в ателье, большинство потребителей оценивает как «высокий» - 81,1%.

Так же высокую оценку получил уровень работы персонала: оценку «высокий» поставили 90,6% потребителей. Уровень цен был оценен большинством потребителей как «средний» - 64,2%, и даже «высокий» уровень цен воспринимается большинством потребителей как соответствующий

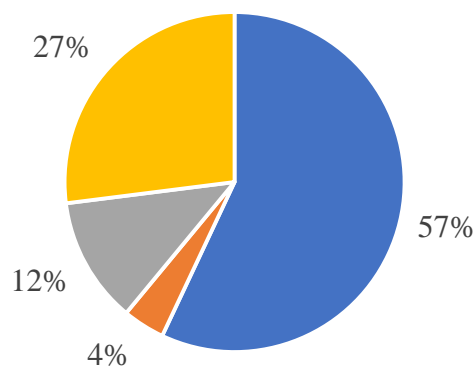
качеству продукции.

Из всех оцениваемых факторов наименьшие оценки получил такой параметр, как уровень удовлетворительности ассортимента. Большинство опрошенных оценили ассортимент как «средний» (81,9%). Это говорит о том, что работа по повышению конкурентоспособности продукции должна вестись, в первую очередь, в направлении расширения ассортимента и приведение его в соответствие с запросами потребителей.

На вопрос анкеты № 4 «Что наиболее приемлемо для Вас в ателье?» большинство опрошенных (58,5%) проранжировали приведенные ответы следующим образом:

- Качество предлагаемого товара 4;
- Наличие товара необходимого цвета, размера, фасона 1;
- Приемлемый уровень цен на товар 2;
- Вежливость и общительность персонала 3.

По результатам опроса для 56,4% респондентов наиболее приемлемым является качество предлагаемых услуг. Для 27,3% респондентов наиболее приемлем такой фактор, как вежливость и общительность персонала. Приемлемый уровень цен на услуги выделили 12,1% респондентов. Данные ответов респондентов на вопрос № 4 графически представлены на рисунке 2.5.



- Качество предлагаемого товара
- Наличие товара необходимого цвета, размера, фасона
- Приемлемый уровень цен на товар
- Вежливость и общительность

Рисунок 2.5 – Графическое представление данных ответов респондентов на вопрос анкеты № 4

На вопрос анкеты № 6, – «Какие ткани в домашней одежде считаются для Вас наиболее приемлемые?» были получены следующие ответы:

- Хлопок – 85%;
- Эластан – 5,6%;
- Шелк – 9,4%.

Графическое представление ответов респондентов на вопрос анкеты № 6 представлено на рисунке 2.6.

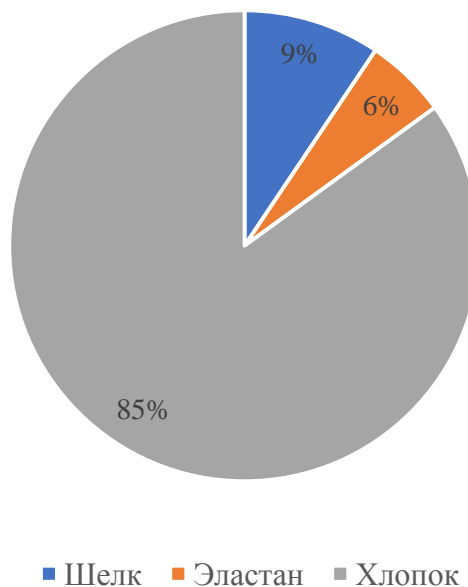


Рисунок 2.6 – Графическое представление данных ответов респондентов на вопрос анкеты № 6

Анализ рисунка 2.6 показывает, что абсолютное большинство покупателей предпочитает в домашней одежде ткань хлопок (85%). На эластан и шелк одежды пришлось 5,6 и 9,4% соответственно. Это говорит о том, что наиболее перспективным направлением развития ассортимента является развитие и модернизация классического стиля.

Ответы на вопрос анкеты № 8, – «На какие фасоны Вы обращаете наибольшее внимание при выборе одежды?», ответы распределились следующим образом:

Наибольшее внимание при выборе одежды на качество модерн обращают 25,3% респондентов, на посадку изделия на фигуре – 11,2%, на соответствие модным тенденциям – 57,2% и на классический – 6,3%. Графическое представление данных ответов респондентов на вопрос анкеты № 8 представлено на рисунке 2.7.

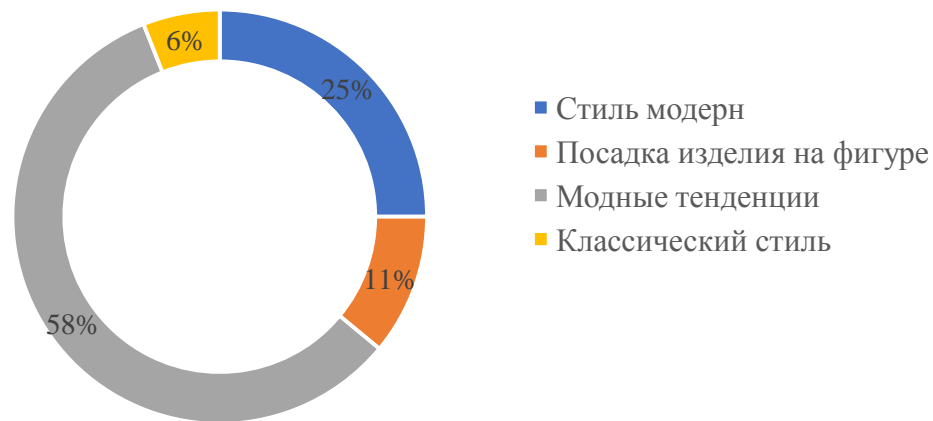


Рисунок 2.7 – Графическое представление данных ответов респондентов на вопрос анкеты № 8

В ходе опроса было проанализировано мнение потребителей о составляющих высокого качества обслуживания. Были выделены такие составляющие как опрятный внешний вид продавца, его вежливость и общительность, компетентная помощь при выборе покупки и быстрота обслуживания. Мнения респондентов по этому поводу распределились следующим образом (рисунок 2.8):

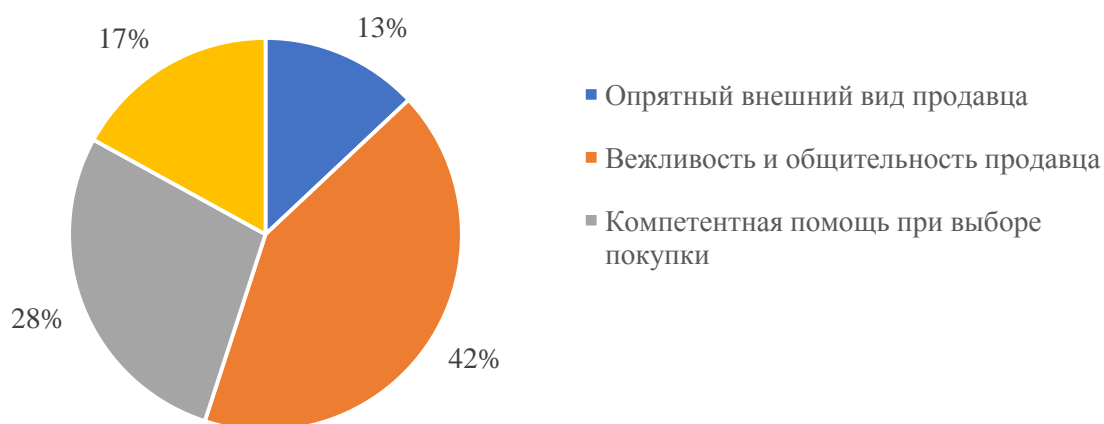


Рисунок 2.8 – Мнение потребителей о составляющих высокого уровня работы персонала

Анализ рисунка 2.8 показывает, что большинство потребителей придают решающее значение при оценке уровня работы персонала таким параметрам как вежливость и общительность продавца (41,5%) и компетентная помощь при выборе покупки (28,3%). Опрятный внешний вид продавца и быстроту обслуживания выделили 13,2% и 17,0% соответственно.

Таким образом, в результате проведения маркетингового исследования выявлено, что, по мнению большинства потребителей на общее качество обслуживания больше всего влияет наличие товаров, отвечающих запросам потребителей по цвету, фасону и размеру. На качество предлагаемого товара оказывает решающее влияние качество изготовления и соответствие модным тенденциям. Именно на эти параметры потребители обращают больше всего внимания при выборе одежды. На уровень работы оказывают решающее влияние общительность продавца и его умение оказать компетентную помощь при выборе покупки.

Таким образом, были получены ответы на все вопросы анкеты за достаточно короткий период времени.

В целом можно сделать вывод, что услуги по пошиву и оказанию косметических услуг востребованы, данный рынок расширяется и стабилизируется. В поселке Бискамжанет подобных заведений, поэтому прямых конкурентов у ООО «Antonella» нет.

Деятельность центра бытовых услуг ООО «Antonella» ориентирована на жителей п. Бискамжа, ст. Ясная Поляна, ст. Ала - Тау, ст. Тузуксу, п. Балыкса, в частности на жителей данного района. Из статистических показателей сформируем таблицу 2.4.

Таблица 2.4 – Численность жителей данной местности

Наименование	Ед. измерения	Количество
П. Бискамжа, ст. Тузуксу, ст. Ясная Поляна, ст. Ала-Тау		
Общая численность, в том числе:	Чел.	1349
Работающие	Чел.	783
Дети	Чел	278
Пенсионеры	Чел.	288
П. Балыкса		
Общая численность, в том числе:	Чел.	1995
Работающие	Чел.	1318
Дети	Чел	315
Пенсионеры	Чел.	362

Численность населения по половой принадлежности отобразим на рисунке 2.9.

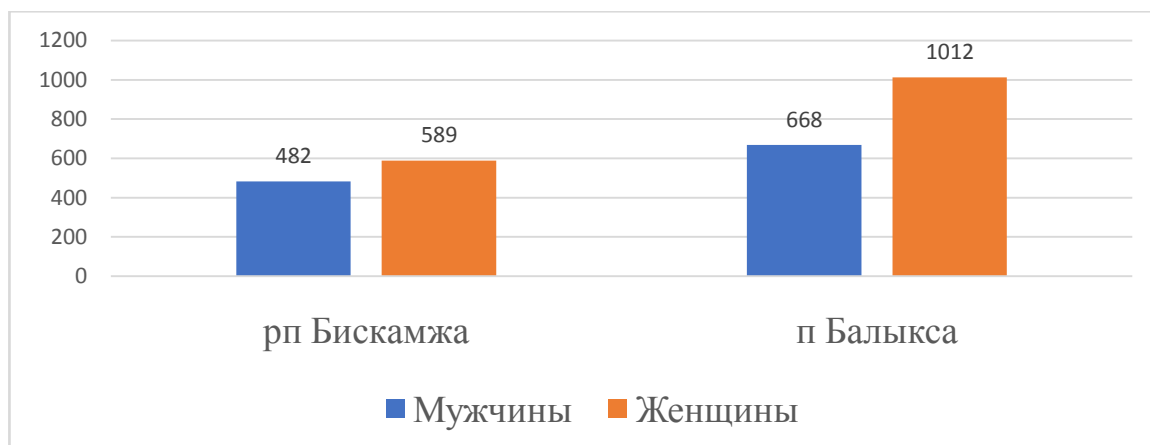


Рисунок 2.9 – Численность населения по половой принадлежности

Социальный статус жителей и средний доход анализируемой местности можно разбить на пункты в таблице 2.5

Таблица 2.5 – Средние доходы населения

Наименование места работы	Ед. измерения	Количество	Средний доход, руб.
П. Бискамжа, ст. Тузуксу, ст. Ясная Поляна, ст. Ала-Тау			
ПАО «РЖД»	чел	504	15000 – 30000
Администрация поссовета	чел	7	12000 – 20000
МБОУ Бискамжинская СОШ	чел	23	8000 – 20000
МБДОУ Бискамжинский детский сад	чел	15	8000 – 12000
Бискамжинская врачебная амбулатория	чел	12	8000 - 20000
ПАО «Сбербанк России»	чел	1	16000
Почта России	чел	4	10000 - 18000
Торговые организации и кафе	чел	23	8000 – 12000
Рабочие - надомники	чел	40	5000 - 8000
Работающие вахтовым методом	чел	150	30000 - 90000
Пенсионеры	чел	288	8000 - 18000
П. Балыкса			
ПАО «РЖД»	чел	614	15000 – 30000
Администрация поссовета	чел	7	12000 – 20000
МБОУ Балыксинская СОШ	чел	31	8000 – 20000
МБДОУ Балыксинский детский сад	чел	25	8000 – 12000
Балыксинская врачебная амбулатория	чел	18	8000 - 20000
Почта России	чел	8	10000 - 18000
Торговые организации и кафе	чел	58	8000 – 12000
Рабочие - надомники	чел	52	5000 - 8000
Работающие вахтовым методом	чел	500	30000 - 90000

Пенсионеры	чел	262	8000 - 18000
------------	-----	-----	--------------

Для увеличения спроса, не обойтись без маркетинговых ходов:

- распространение рекламных листовок;
- в начале деятельности планируются скидки до 20%.

Но все мероприятия не должны быть слишком затратными, в настоящее время очень актуальными являются следующие виды рекламы:

- реклама через социальные сети интернета, таких как Fescebook, Instagram, ВКонтакте;
- реклама в местной газете.

А еще очень надежным и верным «двигателем» товара являются сами люди, они могут посоветовать своим родным и друзьям обращаться в наш центр бытовых услуг.

2.4 Организационно-финансовый план

Предприятие Общество с ограниченной ответственностью «Antonella» начинает свою деятельность 1 января 2019 года. Деятельность ориентирована на жителей п. Бискамжа, ст. Ясная Поляна, ст. Тузуксу, п. Балыкса, в частности на жителей данного района. Центр бытовых услуг будет находиться по адресу п.Бискамжа ул. Железнодорожная, д20. По этому адресу находится здание, часть которого уже давно пустует. Мы приобретаем пустующие два помещения общей площадью 101 м2 за 1835400 руб. за собственные средства учредителя.

Данное месторасположение очень удобное, так как находится рядом с самыми важными объектами, которые посещают все. Магазины, почта, сбербанк, поссовет, школа, детский сад и врачебная амбулатория. А также важные транспортные узлы: авто и железнодорожная станции.

Салон «Antonella» будет располагаться на первом этаже. Помещение 61,0 кв. метров. На 2-ом этаже, расположена небольшая комната размером около 40 квадратных метров, она будет оборудована под ателье.

Для реализации проекта планируется привлечь субсидию на организацию предпринимательской деятельности в сумме 58 800 рублей и заемный капитал в виде кредита от ПАО «Сбербанк» в сумме 592 935 рублей. В настоящее время ПАО «Сбербанк» предоставляет на организацию и развитие малого и среднего бизнеса кредиты по ставкам от 10,5 до 16 процентов. Мы запланируем максимальную ставку 16 %, так как наше предприятие только создается и кредитной истории нет. При таких условиях банк будет страховать свои вклады от невозврата или несвоевременной оплаты. По данному кредиту предусматривается рассрочка платежа на 3 месяца, поэтому во время подготовительных работ оплаты не будет.

На оформление предприятия и переоформление прав собственности помещения, получение разрешительной документации будет затрачено 35700 руб.

Помещения требуют проведения отделочных и сантехнических работ. Общие затраты на начальном этапе составят 200000 руб. В дальнейшем в процессе работы, будут производиться доработки с вложением денежных средств выделяемых на текущий ремонт.

Общая сумма затрат на оборудование 216800 руб. будет распределена следующим образом.

Для центра бытовых услуг будет закуплено оборудование, перечень которого сформируем в отдельные таблицы:

Таблица 2.6 - Оборудование для косметологических услуг

Перечень оборудования	Количество, шт	Сумма, руб.
Косметическое кресло	1	10000
Зеркало с освещением и полкой	1	1200
Стерилизатор	1	2500
Лампа-лупа	1	7000
Шкаф для косметических инструментов	1	3000

Холодильник	1	5000
Стул для косметолога	1	2500
Корзины для мусора и грязного белья	2	500
Итого		31700

Таблица 2.7 - Оборудование для парикмахера

Перечень оборудования	Количество, шт	Сумма, руб,
Зеркало с освещением и полкой	2	4800
Кресло для клиента	2	6000
Мойка	1	20000
Сушуар	1	11000
Тележка	2	6000
Итого		47800

Таблица 2.8 - Оборудование для оказания услуг ногтевого сервиса

Перечень оборудования	Количество, шт	Сумма, руб.
Рабочий стол	1	10000
Лампа	1	3000
Стул	1	2500
Стерилизатор	1	2500
Кресло для клиента	1	3000
Итого		21 000

Для полной комплектации салона красоты и удобства посетителей, необходимо дополнительно приобрести мебель.

Таблица 2.9–Дополнительное оборудование

Перечень оборудования	Количество, шт	Сумма, руб.
Диван для посетителей	1	8100
Шкаф для одежды	1	10000
Стойка администратора	1	5000
Вешалка	1	2300
Вывеска	1	15000
Итого		40400

Таблица 2.10 - Затраты на приобретение оборудования для швейного ателье:

Перечень оборудования	Количество, шт	Сумма, руб.
Оверлог	1	17000
Швейные машины	3	24000
Закройный стол	1	7000
Гладильная доска	1	500
Утюг	1	1000
Манекен	1	200
Шкаф	1	10000
Стул	4	3200
Кресло	2	3000
Стол	2	4000
Зеркало	1	1000
Вспомогательные инструменты		5000
Итого		75900

В крупных городах большинство ателье работают на специализированных машинах, они очень громоздкие и дорогие. У нас небольшой поселок, и вполне можно обойтись бытовыми швейными машинами. К тому же они делают разные варианты строчек, это позволит экономить время работниц, чтобы не пересаживаться за другую машинку. Еще для работы швеи и закройщицы нужны инструменты: ножницы, метр, лекала, иглы, сантиметры, лампы, шпульки и расходные материалы: нитки, дублерин, молнии, плечевые накладки.

Для открытия ателье мы закупим некоторое количество таких материалов и ткань, на сумму 16000 рублей, эти расходы представим в таблице 2.11.

Таблица 2.11- Расходные материалы

Наименование материалов	Сумма, руб.
Аксессуары	6000
Ткань	10000
Итого	16000

Мастера салона красоты на работу будут приходить со своим личным комплектом инструментов, купленным за свой счет.

Обязанности по обеспечению функционирования центра бытовых услуг возлагаются на административный персонал. В штат предприятия планируется задействовать 10 человек:

- 2 мастера парикмахера;
- 1 мастер маникюра;
- 1 мастер педикюра;
- 2 косметолог;
- 1 швея - модельер;
- 1 закройщик;
- 1 администратор;
- 1 техничка.

На работу планируем набирать дипломированных сотрудников. Учебное заведение, которое выдало диплом, должно иметь лицензию на среднее профессиональное обучение или высшее образование. Но в поселке недостаточно таких специалистов, поэтому планируется привлекать приезжих работников, которые уже зарекомендовали себя здесь и имеют авторитет. С данными специалистами уже есть предварительная договоренность и рассматриваются выгодные условия для их работы. При работе с клиентами сотрудники должны быть приветливые, коммуникабельные, ответственные. С работниками будет заключён договор о материальной ответственности. Непосредственно выручка от реализации услуг поступает мастерам. В конце дня они сдают деньги бухгалтеру - кассиру.

Организационную структуру центра бытовых услуг ООО «Antonella» представим на рисунке 2.10.

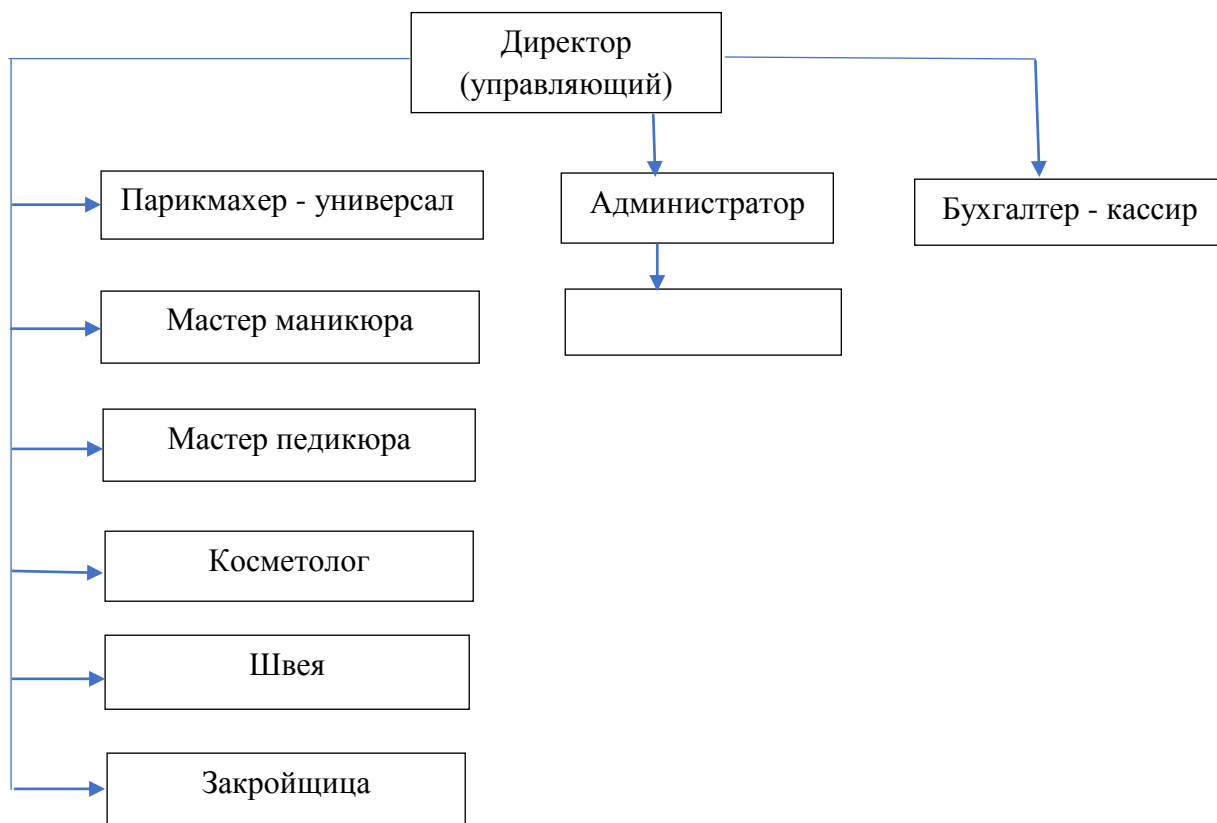


Рисунок 2.10 - Организационная структура

Обязанности и ответственность персонала регламентируются должностными инструкциями. Руководителем центра является учредитель. Он ведет аналитическую работу, планирует новые способы привлечения клиентов, решает вопросы с поставщиками и кредиторами. Бухгалтер – кассир ведет отчетную и учетную документацию.

Ателье и салон красоты будут работать с 10.00 до 19.00 часов без выходных, время на обед отводится с 14.00 до 15.00, но если присутствует клиент, мастер обязан довести работу до конца и обеденное время передвинется. График работы персонала скользящий, посменно.

Заработная плата работникам будет начисляться в последний день месяца. Перечисление аванса и заработной платы будет производиться в сроки установленные в учетной политике предприятия. Налог на доходы физических

лиц и обязательные перечисления во внебюджетные фонды будут перечисляться в сроки определенные законодательством Российской Федерации. Согласно Трудового Кодекса Российской Федерации минимальный размер оплаты труда не может быть ниже величины трудоспособного населения, но режим работы наших работников подразумевает не полную занятость в месяц, поэтому начисление будет производиться согласно тарифной ставки на фактически отработанное время.

Таблица 2.12- Расчета заработной платы и отчислений

Наименование должности	Кол-во ставок	Зарплата в месяц	Отчисления в месяц	ФОТ в месяц	ФОТ в год
Директор	1	12000	3624	15624	187488
Бухгалтер - кассир	1	10000	3020	13020	156240
Администратор	1	8000	2416	10416	124992
Парикмахер универсал	2	16000	4832	20832	249984
Мастер маникюра	1	8000	2416	10416	124992
Мастер педикюра	1	8000	2416	10416	124992
Косметолог	2	16000	4832	20832	249984
Швея - модельер	1	8000	2416	10416	124992
Закройщица	1	8000	2416	10416	124992
Уборщица	1	3000	906	3906	46872
ВСЕГО:	12	97000	29294	126294	1515528

Чтобы создать имидж центра бытовых услуг и существенно отличаться от других, будет разработана фирменная одежда работников.

Для каждого клиента, по требованиям санэпиднадзора, должен быть отдельный комплект состоящий из пеньюара, 2-х полотенец и салфеток. В настоящее время мастера используют одноразовые комплекты. Они стерильные, упакованные в пакеты, не нуждаются в стирке, утилизируются после использования. Стоят не дорого, но клиенты оценят заботу о гигиене с благодарностью.

Таблица 2.13- Материальные затраты на содержание

Наименование материалов	Цена, руб.	Кол-во, шт.	Сумма, руб.
-------------------------	------------	-------------	-------------

Пеньюар парикмахера	475	12	5700
Фартук нейлоновый	255	30	7650
Всего:			13350

Таблица 2.14- Расходные материалы салона красоты

Наименование	Цена, руб.	Кол-во, упаковок	Сумма в месяц, руб.	Сумма в год, руб.
Перчатки одноразовые полиэтиленовые, 50 шт.	90	2	180	2160
Перчатки одноразовые латексные, 100 шт.	420	5	2100	25200
Разделители для пальцев, 20	150	2	300	3600
Бумага для воротников, 100	160	1	160	1920
Комплект воротников для мойки, 100	210	1	210	2520
Полотенце 45 x 90, 1 шт.	7	500	3500	42000
Простыня 200 x 80, 50	350	2	700	8400
Салфетки, 1000	140	1	140	1680
Основные расходные материалы			10000	120000
Всего:			17290	207480

Но сумма затрат на расходные материалы может изменяться, в связи с количеством продаж и сезонностью.

Еще расходные материалы салона красоты – это все средства, которые мастер использует в своей работе: шампуни и бальзамы, жидкости для окраски, завивки и укладки, а также лечения и восстановления поврежденных волос. Существуют нормы расхода средств на одного человека. Поэтому мастер должен следить за тем, чтобы в салоне всегда был запас необходимых препаратов. Все это можно приобрести у поставщиков, специализирующихся на данном товаре.

Заметим, что клиенты, довольные оказанной услугой, чаще всего покупают средства, которые применял в своей работе мастер. Цены на реализуемые средства прописаны в таблице 2.15.

Таблица 2.15- Перечень реализуемых товаров

Наименование	Стоимость, руб.
Ампулы для волос	190
Ампулы для волос	290
Бальзам	60
Бальзам	95
Крем – гель	230
Маска	65
Маска	95
Маска	170
Пена, набор	250
Уход	350
Шампунь	50
Шампунь	70
Шампунь	130
Шампунь	200
Шампунь + ампула от выпадения	550
Шампунь + молочко	650
Шампунь + молочко	750

Занесем данные доходов в таблицу 2.16. и рассчитаем выручку за месяц.

Таблица 2.16 – План доходов

Товар / услуга	Объем продаж ед. / месяц	Цена, руб.	Выручка, руб.
1	2	3	4
Стрижка	100	300	30000
Укладка	5	200	1000
Окраска	100	700	70000
Химия	5	500	2500
Маникюр	30	334	10020
Педикюр	5	513	2565
Наращивание ногтей	20	1000	20000
Косметология	20	886	17720
Укорачивание/удлинение (брюк, юбок, рукавов)	8	100	800
Ручная и машинная штопка	5	200	1000
Пошив конвертов для новорожденных	1	2100	2100

Пошив пеленок	10	150	1500
Замена и установка фурнитуры	5	150	750
Замена подкладки	2	450	900
Работа с меховыми и кожаными изделиями	1	5500	5500

Окончание таблицы 2.16

1	2	3	4
Пошив штор	2	1300	2600
Пошив простыней	2	250	500
Пошив детских игрушек	2	500	1000
Пошив школьной одежды	5	1200	6000
Перекрой и подгонка по фигуре	10	250	2500
Пошив полотенец	10	50	500
ВСЕГО:			179 455

Оказание услуг центром бытовых услуг потребует получения разрешительных документов Роспотребнадзора, а также разрешение Государственного Пожарного Надзора РФ.

Открытие центра бытовых услуг запланировано на начало января 2019 года. Срок подготовительного периода проекта от момента процедур по регистрации и получению разрешений до старта продаж составляет 3 месяца. В данный период планируется заключение договоров с Домом отдыха бригад Локомотивного депо, с Врачебной амбулаторией, с Детским садом «Лесовичок» и средней школой на пошив простыней, полотенец и штор. По предварительным данным примерное количество составляет: простыней – 100 шт, полотенце – 100 шт. и штор – 25 шт.

Помещение центра бытовых услуг составляет 101,0 кв. метр. Норматив оплаты за коммунальные услуги составит 35 рублей 1 кв. метр. Общую сумму коммунальных услуг в год рассчитаем по формуле (2.1):

$$C = S * N * 12 \text{ месяцев}, \quad (2.1)$$

где S – площадь помещения;

N – норматив оплаты за коммунальные услуги.

Сумма составит:

$$101,0 * 35 * 12 = 42420 \text{ рублей в год}$$

Текущий ремонт установим равным 10% от стоимости здания. Сумма текущего ремонта составит

$$1\ 835\ 400 * 10\% = 183\ 540 \text{ руб. в год}$$

Прочие затраты включают размещение рекламы, поддержание связей в соцсетях, создание приятной обстановки в центре бытовых услуг, и составляют

$$2000 * 12 = 24\ 000 \text{ руб. в год}$$

Рассчитаем амортизацию помещения и оборудования. Применим линейный способ начисления амортизации.

Установим средний срок службы оборудования 5 лет, тогда норма амортизации составит 20% в год. Норма амортизации помещения составит 3%.

Амортизация оборудования:

$$216\ 800 * 20\% = 43\ 360 \text{ руб. в год}$$

Амортизация помещения:

$$1\ 835\ 400 \text{ руб.} * 3\% = 55\ 062 \text{ руб. в год}$$

Сумма к погашению по кредиту:

$$592\ 676 \text{ руб.} * (1 + 0,16)^5 = 1\ 245\ 503 \text{ руб.}$$

При равномерной оплате получаем за год:

$$1\ 245\ 503 / 5\text{лет} = 249\ 100\ \text{руб.}$$

Сумма ежемесячного платежа составит:

$$249\ 100 / 12\ \text{месяцев} = 20\ 759\ \text{руб.}$$

Общие показатели доходов и расходов за первый и последующие года сведем в виде таблиц, представленных в Приложении В.

2.5 Оценка эффективности проекта

Для оценки эффективности проекта воспользуемся некоторыми экономическими методами:

- метод чистого дисконтированного дохода;
- метод срока окупаемости;
- метод индекса доходности.

1) Чистый дисконтированный доход определяется как разница между текущей приведенной стоимостью потока будущих доходов и текущей приведенной стоимостью потоков будущих затрат на реализацию и функционирование проекта. Его формула имеет вид:

$$\text{ЧДД} = I_0 - \sum_{k=0}^t \frac{(D_k)}{(1+r)^k}, \quad (2.2)$$

где ЧДД – чистый дисконтированный доход;

t – количество лет жизни проекта;

D_k – доходы от проекта в k-том году;

I_0 – первоначальные инвестиции в проект;

r – ставка дисконтирования или ставка рефинансирования центрального банка Российской Федерации (26 марта 2018 года = 7,25 %).

2) Оценим по методу срока окупаемости. Применим формулу (2.3) и воспользуемся данными из таблиц Приложения В:

$$T_{\text{ок}} = Ч + \frac{\text{НС}}{\text{ПН}}, \quad (2.3)$$

где $T_{\text{ок}}$ – срок окупаемости;

Ч – число лет, предшествующих году окупаемости;

НС – невозмещенная стоимость на начало года;

ПН – приток наличности в течение года окупаемости.

3) Просчитаем индекс доходности.

Для этого применим формулу (2.4):

$$\text{ИД} = \frac{\sum_{k=0}^t \frac{(D_k)}{(1+r)^k}}{\sum_{k=0}^t \frac{(I_0)}{(1+r)^k}} \quad (2.4)$$

На основании расчетов заполним таблицу № 2.17.

Таблица №17 – Расчеты экономических показателей

Период	CF	Кд, r (16 %)	NPV	PP	DPP	PI
0	-592935					
1	275231	0,862	-355667			
2	573580	0,743	70596	1,55	1,62	
3	332148	0,641	283390			
4	250287	0,552	421621			
5	164363	0,476	499876			
Итого	1002674		919816			1,55

Из таблицы 2.17 видим, что при ставке кредитования 16 %, окупаемость проекта составляет 1,62 года, то есть в третьем квартале второго года предприятие будет получать доходы от вложенных инвестиций. Индекс доходности составляет 55 %, это означает окупаемость настоящего проекта.

- 4) Рассчитаем норму внутренней доходности проекта, то есть какую ставку кредита можем применить, чтобы не получить убытки от инвестирования

Расчет произведем по формуле (2.5):

$$IRR = r_1 + \frac{ЧДД(r_1)}{ЧДД(r_1) - ЧДД(r_2)} * (r_2 - r_1), \quad (2.5)$$

где r_1 – ставка дисконтирования

r_2 – ставка кредита такая, при которой $ЧДД \leq 0$

Все расчеты сформируем в таблицу 2.18.

Таблица 2.18 – Расчеты показателей

Период	DK	Кд, r1 (7,25 %)	Кд, r2 (33 %)	ЧДД1	ЧДД2	IRR	Ток	DTок1	DTок2	ИД1	ИД2
0	-592935										
1	275231	0,932	0,752	-336309	-385994						
2	573580	0,869	0,565	162345	-61736		1,55	1,59	1,67		
3	332148	0,811	0,425	431585	79445						
4	250287	0,756	0,320	620753	159434						
5	164363	0,705	0,240	736583	198929						
Итого	1002674			1614956	-9923	0,33				2,72	-0,02

Из таблицы 2.18 видно, что максимальная ставка дисконтирования инвестиций в проект, при которой учредитель будет получать стабильный

доход, может доходить до 33 %, но при ставке 33 % проект будет рискованным и не привлекательным.

5) Произведем расчет точки безубыточности.

Постоянные затраты: 1 129 408 руб. В состав постоянных затрат входят:

- зарплата и отчисления 515 592 руб.;
- коммунальные услуги 53 740 руб.;
- кредит 249 108 руб.;
- текущий ремонт и амортизация 286 968 руб.;
- прочие расходы 24 000 руб.

Переменные затраты: 1 274 923 руб. В состав переменных затрат входят:

- материалы 274 987 руб.;
- зарплата и отчисления 999 936 руб.

Точку безубыточности просчитаем по формулам.

Точка безубыточности в денежном выражении (этот показатель также называют «порог рентабельности») рассчитывается по следующей формуле:

$$BEP = \frac{FC}{KMR}, \quad (2.6)$$

где FC – постоянные затраты;

KMR – коэффициент маржинального дохода.

Коэффициент маржинального дохода рассчитывается по следующей формуле:

$$KMR = \frac{MR}{TR}, \quad (2.7)$$

где, MR – маржинальный доход;

TR – выручка предприятия.

Маржинальный доход (MR – marginal revenue) находится как разница между выручкой и переменными затратами.

$$MR=TR-VC, \quad (2.8)$$

где, TR – выручка предприятия,

VC – переменные затраты.

Таким образом получаем:

$$MR = 2\,728\,133 - 1\,274\,923 = 1\,453\,210 \text{руб.}$$

$$KMR = \frac{1453210}{2728133} = 0,53$$

$$BEP = \frac{1129408}{0,53} = 2\,130\,958 \text{руб.}$$

Салону «Antonella» нужно оказывать услуги в год на сумму 2 130 958 рублей, чтобы получить нулевую прибыль. Все доходы свыше данной суммы будут приносить прибыль. У ООО «Antonella» также есть запас финансовой прочности в 1 453 210 рублей. Запас финансовой прочности показывает, на какую сумму можно снизить выручку и не уйти в зону убытков.

При полученных результатах, уже через два года бизнес будет прибыльным.

2.6 Риски и гарантии

Деятельность любого предприятия всегда подвергается рискам и непредвиденным ситуациям, когда в один миг рушится годами отлаженное производство. Все же отсутствие риска, вредит предпринимательской деятельности, его эффективности и динамичности развития.

Все сделки, совершаемые на рынке сбыта, происходят между продавцом и покупателем, которые на свой страх и риск совершают сделки по обмену товара. Одни хотят купить дешевле, другие - продать дороже. Риск продавца

выражается в том, что он вложил деньги в новый товар и хочет продать по дорожке, но конкуренты могут опередить его. Предвидеть такие ситуации, главная задача бизнесмена.

Наше предприятие оказывает услуги, определим какие риски грозят его деятельности.

А) Как говорили выше главный риск - появление конкурентов, применяющих цены ниже наших, а из-за этого – недостаточный спрос.

Б) Мы работаем с материалами, следовательно – это нестабильное качество и повышение цен.

В) Еще не маловажный риск – это взломы и кражи.

Для ликвидации риска А, во-первых, вести рекламную компанию в СМИ и социальных сетях. Создать свою группу, поддерживать ее и следить за репутацией, отслеживать отзывы и реагировать на критику. Помнить, что рекламная компания должна быть регулярная. Во-вторых, разработать систему скидок для оптовых покупателей. Возможно, привлечь клиентов разовой акцией, но основная задача – сделать их постоянными клиентами.

Для борьбы с риском Б, необходимо расширять количество поставщиков, тщательно отслеживать их работу и отсеивать не добросовестных.

Для борьбы с риском В, необходимо установить охранную сигнализацию и видеорекамеры, а еще застраховать имущество.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель моей выпускной квалификационной работы была разработать бизнес-план по открытию центра бытовых услуг в п. Бискамжа.

В работе выполнены поставленные задачи:

1) Изучила статьи законодательства, нормативно-методические рекомендации по разработке бизнес-плана.

2) Провела маркетинговый анализ рынка услуг в Аскизском районе и Республике Хакасия.

3) Разработала маркетинговый, организационно-финансовый планы создания центра бытовых услуг, а также определила риски деятельности.

4) В заключении провела оценку экономической эффективности данного проекта.

При изучении нормативно-методической литературы, сделала вывод, что бизнес-план – это документ, составленный определенным образом, поэтапно описывающий действия предпринимателя при создании предприятия, вносящего изменения в производство. Данный документ обосновывает расчеты необходимых внедрений или изменений. Для инвесторов показывает привлекательность проекта, срок его окупаемости.

Основной акцент деятельности центра- предоставление услуг парикмахерской, маникюр, педикюр, косметология, ателье по ремонту одежды и пошиву постельного белья и штор. По расчетам удельный вес парикмахерских и косметологических услуг в общей выручке центра составит 60 %. Статистика показывает, что даже вовремя финансово – экономического кризиса, объем рынка оказания услуг растет и развивается в любом районе и населенном пункте.

У создаваемого центра бытовых услуг ООО «Antonella» есть существенные преимущества перед другими салонами и ателье:

– цена будет ниже, за счет оптовой закупки материалов;

- центр находится в шаговой доступности и есть запись на удобное время – это экономит деньги и время наших потребителей.
- высокое качество оказания услуг будет достигаться тем, что мы привлекаем высококвалифицированный персонал и используем современное оборудование и материалы;

Финансовые составляющие проекта -это собственные накопления учредителя - 1835,4 тыс. руб., кредит банка ПАО «Сбербанк» - 592,9тыс.руб.и 58,8 тыс. руб. – субсидия на организацию малого бизнеса. Они будут распределены:

- покупка помещения – 1835,4 тыс. руб.
- регистрация, оформление документов – 35,7 тыс. руб.
- ремонт и перепланировка помещения – 200 тыс. руб.;
- закупка оборудования – 216,8 тыс. руб.;

Затратыпервого месяца работы составят:

- ФОТ – 126,3 тыс. руб.
- Закупка расходных материалов – 46,6 тыс. руб.
- Реклама – 2 тыс. руб.
- Коммунальные услуги – 3,5 тыс. руб.

Результаты расчетов экономических показателей, следующие:

- чистый дисконтированный доход, при ставке 16 %, 919,8 тыс. руб.
- точка безубыточности в денежном выражении 2131,0 тыс. руб.
- внутренняя норма рентабельности 33 %
- индекс доходности 1,55 %
- срок окупаемости 1,62 года

По итогам можно сделать вывод, что данный проект является эффективным, срок окупаемости два года. Для населения п. Бискамжа данный центр бытовых услуг является необходимым, так как все услуги будут сконцентрированы в одном здании в п. Бискамжа, что экономит время и

денежные средства заказчиков, а это улучшает качество жизни людей. Открытие данной организации решит вопрос создания дополнительных рабочих мест.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баженов, Г. Е. Экономика предприятия / Г. Е. Баженов, Л. И. Гнездилова, О. А. Стародубцева. – Новосибирск: НГТУ, 2015. – 260 с.
2. Баканов, М.И., Шеремет, А.Д. Теория анализа хозяйственной деятельности: учеб. пособие / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Изд-во Финансы и статистика, 2015. – 365с.
3. Баранов, А. Управление региональной конкурентоспособностью. / А. Баранов. – Вологда, 2014.
4. Баринов, В. А. Бизнес-планирование / В. А. Баринов. – М.: ФОРУМ, 2014. – 256 с.
5. Блыхман, Л.С. Основы функционального и антикризисного менеджмента: учеб. пособие / Л. С. Блыхман. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 380с.
6. Бородкин, К.В. Анализ инструментария финансовой диагностики / К. В. Бородкин // Финансы. - 2016. - №3. - С.16-18.
7. Бочков, Д. В. Инвестиционное проектирование: как правильно подготовить проект для социального сектора. Учебно-методическое пособие / Д. В. Бочков. М. Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 68с.
8. Васина, А.А. Финансовая диагностика и оценка проектов: учебное пособие / А.А. Васина. – СПб.: Питер, 2012. – 448с.
9. Грузинов, В. П., Грибов, В. Д. Экономика предприятия / В. П. Грузинов, В. Д. Грибов. - М.: Финансы и статистика, 2014. – 336 с.
10. Гущин, В. В. Инвестиционное право. Учебник / В. В. Гущин, А. А. Овчинников. – Litres, 2017. – 719 с.
11. Ефимова, О. В. Экономика организации / О. В. Ефимова. - М.: Бухгалтерский учет, 2015. – 546 с.
12. Ермолович, Л. Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Л. Л. Ермолович. - Минск: Экоперспектива, 2014. - 576 с.

13. Квеско, Р.Б. Инновационный менеджмент / Р. Б. Квеско, С. Б. Квеско. – Томск, Издательство Томского политехнического университета, 2014. – 160с.
14. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование / В. А. Морошкин. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 256 с.
15. Новиков, А. И. Теория принятия решений и управление рисками в финансовой и налоговой сферах. Учебное пособие / А. И. Новиков. – Дашков, 2012. – 284 с.
16. Петухова, С. В. Бизнес – планирование / С. В. Петухова. - М.: Омега – Л, 2016. – 236 с.
17. Романенко, И. В. Экономика предприятия / И. В. Романенко. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 208 с.
18. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А. А. Сергеев. 3-е издание, исправленное и дополненное – М: Издательство Юрайт, 2017. – 463 с.
19. Сергеев, И. В. Экономика предприятия / И. В. Сергеев. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 304 с.
20. Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации / Под ред. Ю. Н. Лапыгин. - М.: Книга сервис, 2014. – 346 с.
21. Степанова, А. И. Особенности российского предпринимательства на современном этапе / А. И. Степанова // Вопросы экономики. – 2017. - №1. - С.44-47.
22. Уткин, Э. А. Бизнес-план компании / Э. А. Уткин. - М.: Изд-во «ЭКМОС», 2015. – 302 с.
23. Царев, В. В. Оценка экономической эффективности инвестиций / В. В. Царев. – СПб.: Питер, 2014 – 464 с.
24. Черняк, В. З. Бизнес планирование: Учебник для вузов / В. З. Черняк. - М. ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 470 с.
25. Шевчук, Д.А. Бизнес-планирование / Д. А. Шевчук. - Ростов н/Д.: Феникс, 2015. – 208 с.

26. Экономика фирмы / Под ред. Саврукова Н. Т. – СПб.: Лань, 2015. - 188 с.
27. Экономика предприятия (фирмы) / Под ред. О. И. Волкова, О. В. Девяткина. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 604 с.
28. Яркина, Т. В. Основы экономики предприятия / Т. В. Яркина. – М.: Инфра, 2016. – 250 с.
29. Министерство экономического развития Республики Хакасия, Аналитическая записка о состоянии малого и среднего предпринимательства в Республике Хакасия в 2017 году [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://r-19.ru/authorities/ministry-of-economy-of-the-republic-of-khakassia/useful/1743/57961.html>
30. Баженова А.Н. маркетолог-аналитик Обзор российского рынка бытовых услуг [Электронный ресурс] ООО "ЦМИС". – Режим доступа: http://cmis-kaluga.ru/obzory/article_post/obzor-rossiyskogo-rynka-bytovykh-uslug