

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт менеджмента и права
Кафедра акмеологии и менеджмента

Бизнес – план развития сервисного центра

Выпускная квалификационная работа

Выпускная квалификационная
работа допущена к защите
Зав. кафедрой
_____ О.В. Кружкова
(подпись)

« ____ » _____ 201 ____ г.

Нормоконтролер
_____ Н.В.Федоровых
(подпись)

« ____ » _____ 201 ____ г.

Исполнитель:
Горячих Наталья Васильевна
Студент группы ББ-41, 4 курса,
очного отделения, специальность
«38.03.02 - Менеджмент»
(профиль «Управление малым
бизнесом»)

(подпись)

Научный руководитель:
Захарова Л.А.,
канд. физ.-мат. наук,
доцент кафедры АиМ

(подпись)

Екатеринбург 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ БИЗНЕС – ПЛАНА	6
1.1 Характеристика предприятия.....	6
1.2 Конкурентный анализ.....	9
1.3 Анализ внутренней среды.....	10
ГЛАВА 2. БИЗНЕС – ПЛАН РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА ...	15
2.1 Резюме.....	15
2.2 Описание предприятия.....	16
2.3 Анализ рынка.....	21
2.4 План маркетинга.....	24
2.5 План производства.....	28
2.6 Организационный план.....	30
2.7 Финансовый план.....	35
2.8 Риски проекта.....	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	44
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	46
ПРИЛОЖЕНИЯ	54

ВЕДЕНИЕ

Актуальность темы: В последнее время деятельность большинства российских компаний адекватно реагирует на изменения внешней среды. Все более характерным становится предвидение изменений конъюнктуры рынка, осваиваются новые направления и инструменты бизнеса. Современная экономическая ситуация связанная с активным развитием рыночных отношений, заставляет использовать новые прогрессивные подходы к внутрифирменному планированию. Компании вынуждены искать формы и модели планирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принимаемых управленческих решений. План – это модель действий, созданная на основе прогнозирования экономической среды с учетом целей развития бизнеса. Объединяя понятия «бизнес» и «план», можно сказать, что бизнес – план – это программа деятельности организации по реализации какого – либо дела. Он содержит сведения о компании, продукте (услуге), его производстве, рынке сбыта, финансовую и другую организационную информацию.

Но сегодня не только крупным организациям требуются бизнес – планы и прогнозы на будущее, но и маленьким организациям в небольших городах. Ведь они тоже развиваются, расширяются и в итоге вырастают в большие корпорации. Не зря говорят, что бизнес всегда начинается с малого.

Так и организация ООО «Электросервис», которая находится в небольшом городе с населением около 12 000 человек, решила расширить свой спектр деятельности и открыть еще один отдел – сервисный центр «220 Вольт» по франшизе. Для этого они решили разработать бизнес – план развития своей организации и посмотреть стоит ли им открывать новый отдел в кризисное время, будет ли он пользоваться спросом и не принесет ли им это больших убытков.

Теоретическая разработанность темы: Многие теоретические и практические вопросы разработки бизнес – планов освещены в работах отечественных и зарубежных авторов (Акуленок Д. Н., Блэквелл Э., Грибалев Н. П., Коссов В. В., Липсиц И. В., Маниловский Р. Г., Пелих А. С., Попов В. М., Сергеев А. А., Уткин Э. А., Хейзелгрэн Б., Циферблат Л. Ф., Черняк В. З. и др.) Однако в большинстве работ наибольшее внимание уделяется структуре бизнес – планов и экономическим вопросам, в значительно меньшей степени освещены маркетинговые аспекты и практически не представлены организационные аспекты.

Тема ВКР: Бизнес – план развития сервисного центра.

Проблема: без создания бизнес-плана невозможно обеспечить развитие предприятия.

Объект исследования: бизнес – планирование.

Предмет исследования: бизнес – план развития сервисного центра.

Целью данного исследования является: Разработка бизнес – плана развития сервисного центра.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть характеристику организации;
2. Провести конкурентный анализ;
3. Проанализировать внутреннюю среду организации;
4. Разработать основных пунктов бизнес – плана.

Методы исследования: применены теоретические методы исследования (анализ литературы по бизнес – планированию, обобщение результатов исследования) и эмпирические (анализ результатов деятельности организации, анкетирование, наблюдение, проектирование, экономико – математические расчеты).

Исследовательская база: ООО «Электросервис», юридический адрес – ул. Розы Люксембург, дом № 80/1, г. Верхний Тагил, Свердловской области.

Аннотация работы: структура выпускной квалификационной работы представлена введением, двумя главами, заключением, списком литературы и приложениями. В первой главе рассмотрены характеристика предприятия, конкурентный анализ, анализ внутренней среды. Во второй главе представлен разработанный бизнес – план развития сервисного центра. В выпускной квалификационной работе представлены 17 таблиц, 11 рисунков, 40 источников литературы.

ГЛАВА 1. АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ БИЗНЕС – ПЛАНА

1.1 Характеристика предприятия

ООО «Электросервис» является действующим предприятием с широким спектром оказания услуг. ООО «Электросервис» открылся в 2000 году. Организационно – правовая форма – Общество с ограниченной ответственностью, вид собственности – частная, директор Пестриков Евгений Михайлович. Юридический адрес – ул. Розы Люксембург, дом № 80/1, г. Верхний Тагил, Свердловской области, 624160. Отраслевая принадлежность (по ОКВЭД) – 45.31, 74.20.14, 52.48.15, 52.72.2, 45.34, 60.24, 50.50, 52.42, 52.44, 52.45.1, 52.46, 52.48.39, 52.50.3, 52.72, 52.74, 71.40.

ООО «Электросервис» это электромонтажное предприятие, расположенное на территории ГО г. Верхний Тагил по адресу ул. Розы Люксембург 80/1, осуществляющее проектные, монтажные, пусконаладочные работы, обслуживание наружных, внутренних электрических сетей и оборудования, проведение профилактических испытаний и измерений.

Ассортимент услуг ООО «Электросервис» разнообразен:

1. проектирование и монтаж:
 - электрооборудование электроустановок;
 - воздушные и кабельные линии электропередач;
 - наружные и внутренние электросети.
2. электролаборатория:
 - приемно – сдаточные испытания;
 - испытания и измерения защитных средств и эл. инструмента.
3. ремонт и обслуживание:
 - обслуживание электроустановок;

– ремонт технологического оборудования и кабельных линий.

4. телекоммуникации:

– создание компьютерных и телефонных сетей.

– монтаж спутникового телевидения.

Основные технико – экономические показатели за 3 года (ТЭП) работы организации, их динамика представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Основные технико – экономические показатели ООО
«Электросервис» за 3 года

Показатели	2013г.	2014г.	2015г.
Численность работников, чел.	22	28	30
Основные фонды, млн.руб.	12,5	12,5	12,5
Оборотные средства, тыс.руб.	34294 тыс.руб	38343 тыс.руб	37182 тыс.руб
Производственная площадь, кв.м	851,9 кв.м.	851,9 кв.м.	851,9 кв.м.
Количество заключенных договоров на производство/ реализацию продуктов, шт.	334	399	555

Из табл. 1 мы видим, что количество заключенных договоров организации растет, а, следовательно, организация не стоит на месте и развивается, ищет новых партнеров и постоянных покупателей.

В Организации работают люди со специальным образованием электрика либо студенты, обучающиеся на последних курсах колледжей и университетов на заочной форме обучения. Оказываемые услуги в организации носят однородный характер.

Рассмотрим финансовую устойчивость организации ООО «Электросервис» в табл. 2.

Таблица 2 – Анализ финансовой устойчивости в 2015 г.

Показатели	Начало периода	Конец периода	Изменение за период
1. Источники собственных средств (итого по 3 разделу бухгалтерского баланса)	7412	8762	1350
2. Основные средства и вложения (итого по 1 разделу)	7428	14337	6909
3. Наличие собственных оборотных средств, Ес	7412	8762	1350
4. Долгосрочные, среднесрочные кредиты и займы (итого по 4 разделу)	0	0	0
5. Наличие собственных, долгосрочных и среднесрочных заемных источников, Ет	7412	8762	1350
6. Краткосрочные кредиты и займы (итого по 5 разделу)	16	5575	5559
7. Общая величина основных источников, ЕΣ	7412	8762	1350
8. Общая величина запасов и затрат (стр. 210 баланса)	989	999	10
9. Излишек/недостаток собственных оборотных средств, ±Ес	6423	7763	1340
10. Излишек/недостаток собственных долгосрочных и среднесрочных заемных источников, ±Ет	6423	7763	1340
11. Излишек/недостаток общей величины основных источников, ±ЕΣ	6423	7763	1340
12. Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости	1	1	1

Абсолютная устойчивость финансового состояния. Трехмерный показатель $S = (1;1;1)$. Абсолютная устойчивость финансового состояния показывает, что запасы и затраты полностью покрываются собственными оборотными средствами. Предприятие практически не зависит от кредитов. Однако ее нельзя рассматривать как идеальную, так как предприятие не использует внешние источники финансирования в своей хозяйственной деятельности [10].

1.2 Конкурентный анализ

ООО «Электросервис» занимает прочные позиции на рынке своего городского округа, а также близлежащих городских округов, таких как Кировградский городской округ, Невьянский городской округ.

В этих городах – спутниках подобных организаций, как ООО «Электросервис» очень – очень мало. Так в Невьянке находится организация ООО «Монтаж» и в каждом городе существуют государственные организации «Горсети». Посмотрим их характеристики в табл. 3.

Таблица 3 – Характеристика конкурирующих организаций

Характеристика конкурентов	Основные конкуренты		
	ООО «Монтаж»	ООО «Электросервис»	Городские сети
Объем продаж, натуральные показатели	250	555	-
Занимаемая доля рынка, %	15	65	20
Уровень цены	Средний	Выше среднего	Средний
Финансовое состояние	Нормальная устойчивость, ближе к неустойчивому	Устойчивое	Устойчивое
Качество продукции	Среднее	Высокое	Среднее
Расходы на рекламу	Низкие	Средние	Нет
Привлекательность внешнего вида	Среднее	Высокое	Низкое
Время деятельности организации, лет	8	16	Всегда

Из характеристики видно, что организация ООО «Монтаж» занимает маленькую долю рынка трех городских округов и финансовое состояние становится нестабильным. Городские сети – это государственная организация, которая всегда будет существовать на рынке, ее финансовое состояние

считается устойчивым, но почти всегда администрации Невьянского городского округа и ГО Верхний Тагил отказываются от услуг городских сетей и обращаются за услугой в ООО «Электросервис», так как горсети выполняют работу медленнее, менее качественно.

Также мы видим, что ООО «Электросервис» имеет устойчивое финансовое состояние, что является важным в кризисной ситуации, занимает большую долю рынка, имеет большой объем оказания услуг.

К конкурентным преимуществам ООО «Электросервис» можно отнести:

- отлаженная система эффективного использования ресурсов;
- квалифицированные работники;
- совершенствование знаний сотрудников;
- база постоянных клиентов;
- крепкий положительный имидж;
- давно на рынке.

1.3 Анализ внутренней среды

Во главе организации стоит директор Пестриков Евгений Михайлович, который полностью отвечает за все направления деятельности: подбор и расстановку кадров, организацию их работы, экономические показатели работы и т.д. У него в подчинении находится 30 человек, которые и составляют весь персонал организации.

Перечень управленческих должностей и специалистов внутри структурного подразделения и функции, закрепленные за ними представлены в табл. 4.

Таблица 4 – Перечень управленческих должностей и специалистов внутри структурного подразделения и функции, закрепленные за ними

Наименование должности	Цель	Решаемые задачи	Общие и специальные функции	Взаимодействие	Уровень квалификации
Директор	Получение прибыли	Обеспечить стабильную работу организации	Контроль подчиненных	Все подчиненные	Высокий
Главный бухгалтер	Ведение бухгалтерского учета и отчетности	Заполнение бухгалтерских документов; ведение кадрового и бухгалтерского документооборота	Подсчет начисление и выдача заработной платы	Со всеми	Высокий
Главный инженер	Определение направления развития организации	Обеспечение должного уровня функционирования предприятия и постоянная работа над его совершенствованием	Контроль работы организации	Со всеми	Высокий
Начальник лаборатории	Обеспечение безопасности своих заказчиков	Обеспечение безусловного выполнения целей и задач, поставленных перед электротехнической лабораторией	Контроль проведения испытаний и правильность оформления протоколов и другой технической документации	Со всеми	Высокий
Мастер ТО	Координирование деятельности подчиненных	Координирование деятельности подчиненных	Координирование деятельности подчиненных	Со всеми	Средний
Мастер монтажных работ	Координирование деятельности подчиненных	Координирование деятельности подчиненных	Координирование деятельности подчиненных	Со всеми	Средний

Из табл. 4 мы видим, что функции в организации распределены так, что каждый отдел отвечает за свой спектр деятельности и выполняет определенного

вида работу, а также мы видим, что дублирования функций в организации не прослеживается.

Таблица 5 – Основные технико – экономические показатели по труду в 2013 – 2015 гг.

Показатели по труду	2013	2014	2015
Численность персонала	22	28	30
Средняя заработная плата	23000	23000	23000
Квалификационная структура персонала	80%	80%	80%
Демографическая структура персонала (возраст и пол)	16% - жен 84% - муж 70% - до 35 лет 30% - после 35 лет	16% - жен 84% - муж 70% - до 35 лет 30% - после 35 лет	16% - жен 84% - муж 70% - до 35 лет 30% - после 35 лет

Из табл. 5 мы видим, что основную массу персонала составляют мужчины, но это и не удивительно, так как такая спецификация деятельности организации подходит больше всего для мужчин.

Подводя итог первой главы выпускной квалификационной работы, можно составить SWOT – анализ организация ООО «Электросервис». SWOT – анализ – это метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории [13]:

1. Strengths (сильные стороны);
2. Weaknesses (слабые стороны);
3. Opportunities (возможности);
4. Threats (угрозы).

Поэтому он позволяет выявить слабые и сильные стороны компании (товара) и найти способы решения возникающих проблем. С помощью SWOT – анализа компания может разработать стратегию поведения [14].

Таблица 6 – SWOT – анализ ООО «Электросервис»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Прочные позиции на рынке; 2. Выгодное месторасположение, большая проходимость; 3. Оказываемые услуги соответствуют потребностям выбранной целевой аудитории; 4. Наличие квалифицированного персонала; 5. Устойчивое финансовое состояние; 6. База постоянных клиентов; 7. Положительный имидж; 8. Многопрофильность деятельности. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Плохая рекламная деятельность; 2. Недостаточное техническое оснащение; 3. Относительно высокие цены; 4. Недостаточная оперативность оказания некоторых видов услуг.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост целевой аудитории; 2. Повышение качества оказания услуги; 3. Обучение персонала; 4. Диверсификация деятельности. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Появление новых конкурентов; 2. Ухудшение экономической нестабильности рынка; 3. Снижение объемов потребления услуг постоянными клиентами.

Данный SWOT – анализ нам показывает, что у организации много сильных сторон и существует ряд возможностей. Но также у организации имеется некоторое количество слабых сторон и угроз, которые могут пошатнуть устойчивое состояние организации на рынке. Все слабые стороны реально перевести в разряд сильных сторон, чем организация и занимается уже некоторое количество времени. А вот угрозы являются внешним фактором

влияния на организацию, и мы можем только предположить последующее изменение в экономической и политической сфере страны и строить несколько планов развития организации, что занимает много времени и ресурсов организации.

ГЛАВА 2. БИЗНЕС – ПЛАН РАЗВИТИЯ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА

2.1. Резюме

ООО «Электросервис» это электромонтажное предприятие, расположенное на территории ГО г. Верхний Тагил по адресу ул. Розы Люксембург 80/1, осуществляющее проектные, монтажные, пусконаладочные работы, обслуживание наружных, внутренних электрических сетей и оборудования, проведение профилактических испытаний и измерений.

С целью создания дополнительного рынка услуг и организации новых рабочих мест для населения предлагаем открытие на территории предприятия мастерской по прокату и ремонту электро и бензо инструментов.

Руководство деятельностью предприятия ведет Учредитель директор, Пестриков Евгений Михайлович.

Под реализацию данного проекта предприятию потребуется 900 000 руб. Планируется выделение собственных финансовых ресурсов в размере 600 000 руб. (из уставного капитала учредителей предприятия). Заемные средства в размере 300 000 руб. планируется получить государственную субсидию. Выделенные деньги пойдут на закупку нужного оборудования.

Проект является мало бюджетным и в силу этого достаточно мобильным, что позволяет избежать многих рисков. Но, несмотря на это, быстро окупается и приносит достаточную прибыль.

Проведенный анализ показал, что после начала функционирования мастерской, желаемый результат будет достигнут спустя 2 года с начала работы мастерской.

Планируемая дата открытия сервисного центра 24 августа 2016 года. И уже в сентябре 2018 года прибыль должна составить около 150 000 руб. Реклама и использование передовых технологий позволят удержать место на рынке.

Основные показатели эффективности проектируемого бизнес – плана представлены на рис. 1

Показатель	Рубли
▶ Ставка дисконтирования, %	15,00
Период окупаемости - РВ, мес.	19
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	19
Средняя норма рентабельности - ARR, %	72,02
Чистый приведенный доход - NPV	243 646
Индекс прибыльности - PI	1,28
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	56,36
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	29,54

Рисунок 1 – Показатели эффективности проекта

Полученные деньги будут использованы для образования оборотного капитала, финансирования маркетинга, создания фонда расширения и резервного фонда.

2.2. Описание предприятия

«220 Вольт» – федеральная сеть магазинов электроинструмента, расходных материалов и товаров для дома.

Юридический адрес организации – Санкт – Петербург, 18–я линия, В.О., дом 29.

Компания «220 Вольт» открылась 5 сентября 2002 года, когда в Санкт – Петербурге открылся первый розничный магазин электроинструмента. В 2004 году открылся интернет – магазин 220volt.ru, который в кратчайшие сроки стал ведущей торговой площадкой DIY – тематики. В 2011 году компания заняла

почетное место в книге рекордов Гинесса, став первой Российской компанией, которая получила эту награду. «220 Вольт» были признаны лучшим интернет – магазином в номинации «DIY & Household» на международном конгрессе Online Retail Russia 2015. Высокое качество и надежность магазина подтверждает оценка «5 звезд» на площадке Яндекс.Маркет, где абсолютное большинство покупателей оставили положительный отзыв. Ежедневно 10 000 человек доверяют магазину «220 Вольт».

В конечном счете, наша цель не просто продать, а найти для каждого покупателя лучшее решение.

«220 Вольт» не просто продает товары для ремонта и строительства, а создает философию и культуру DIY(сделай это сам).

Миссия компании – обеспечить людей качественным инструментом и предоставить лучший сервис на рынке.

Франшиза «Сервис Центр 220 Вольт» это:

- Востребованный рынком спектр услуг: ремонт, продажа запчастей и расходных материалов, профилактическое обслуживание, прокат инструмента;
- Оптимальные требования – помещение 30-100 м² при низких арендных затратах;
- Небольшие вложения – в среднем от 250 тыс.руб.;
- Быстрая окупаемость – менее года;
- Около 300 Сервис – Центров;
- 5 логистических терминалов;
- Дополнительное конкурентное преимущество для действующего магазина;
- Эффективные Стандарты работы, внедренные в действующих Сервис – Центрах;

- Подготовка и повышение квалификации мастеров, администраторов;
- Персональный менеджер;
- Возможность успешно войти на рынок инструмента, в дальнейшем открыв собственный магазин;
- Модульный принцип организации бизнеса. Вы можете постепенно расширять спектр услуг Вашего Сервис – Центра, увеличивая его оборот и привлекательность.

«220 Вольт» это:

- Более 175 000 товаров в каталоге;
- 1200 брендов со всего мира;
- 200 магазинов по всей стране;
- Доставка во все регионы России, а также в Белоруссию и Казахстан;
- Работаем с 2002 года;
- Лучший интернет – магазин в сегменте «DIY & Household» – премия Online Retail Russia 2015;
- Первый интернет – магазин России, представленный на AliExpress и один из первых российских партнеров eBay;
- 9 место среди крупнейших онлайн-ритейлеров по версии Forbes (2014 г.);
- 12 место в рейтинге франшиз по версии журнала BeBoss (2014 г.);
- Лучшее мобильное приложение – премия eRetail Awards 2013.

За время работы компания выросла с одной торговой точки до сети магазинов более чем в 40 городах России (Москва, Санкт – Петербург, Ростов – на – Дону, Новосибирск, Пермь, Челябинск, Екатеринбург, Тюмень и другие).

Проанализировав все преимущества и недостатки франшизы «Сервис Центра 220 Вольт», мы предложили организации ООО «Электросервис»

расширить перечень оказания услуг и открыть новое направление в своей деятельности мастерскую по прокату и ремонту электро и бензо инструментов в городе Верхний Тагил.

ООО «Электросервис» является действующим предприятием с широким спектром оказания услуг. ООО «Электросервис» открылся в 2000 году. Организационно – правовая форма – Общество с ограниченной ответственностью, вид собственности – частная, директор Пестриков Евгений Михайлович. Юридический адрес – ул. Розы Люксембург, дом № 80/1, г. Верхний Тагил, Свердловской области, 624160. Отраслевая принадлежность (по ОКВЭД) – 45.31, 74.20.14, 52.48.15, 52.72.2, 45.34, 60.24, 50.50, 52.42, 52.44, 52.45.1, 52.46, 52.48.39, 52.50.3, 52.72, 52.74, 71.40 [20].

Ассортимент услуг ООО «Электросервис» разнообразен:

1. проектирование и монтаж:
 - электрооборудование электроустановок;
 - воздушные и кабельные линии электропередач;
 - наружные и внутренние электросети.
2. электролаборатория:
 - приемно – сдаточные испытания;
 - испытания и измерения защитных средств и эл. инструмента.
3. ремонт и обслуживание:
 - обслуживание электроустановок;
 - ремонт технологического оборудования и кабельных линий.
4. телекоммуникации:
 - создание компьютерных и телефонных сетей;
 - монтаж спутникового телевидения.

Для полноценной работы организации не хватало отдела по прокату инструментов. Данные инструменты относятся к категории устройств и

приспособлений, предназначенных для ручного использования. Инструменты составляют большую группу различных устройств и приспособлений, которые используются для проведения измерительных, проектировочных, ремонтных, монтажных, строительных, уборных, сельскохозяйственных и садовых работ. Отличительная черта всех инструментов заключается в том, что они служат орудием в руках мастера и не приспособлены к автоматическому выполнению работ. Исходя из этой особенности, инструменты, как правило, имеют небольшой вес и размер. Инструменты могут быть как механическими – все действия производятся вручную, так и электрическими – позволяют проводить работы в полуавтоматическом режиме. Учитывая большое количество различных наименований инструмента, который может быть задействован при проведении того или иного вида работ, покупать все необходимые устройства и приспособления не всегда выгодно. Особенно, когда речь идет об узкопрофильных приспособлениях. Воспользовавшись услугой проката инструмента, потребитель обеспечит себя всеми необходимыми приспособлениями и сократит затраты на покупку дорогостоящих устройств.

Для владельцев инструментов организация предлагает услугу по ремонту инструмента. Воспользовавшись данной услугой, потребитель получит возможность восстановить работоспособность своего инструмента, не приобретая взамен его новый дорогостоящий.

Новизна сервисного центра заключается в открытии первого в городе сервисного центра по прокату и ремонту электро и бензо инструментов.

Ценность заключается в том, что ООО «Электросервис» работает с поставщиками, которые зарекомендовали себя давно и до сих пор держат эту планку; услуги сервисного центра обладают высоким качеством и при этом их цена не является выше цен других похожих организаций даже в Екатеринбурге, что позволяет покупателю не теряя время на сравнение цен в разных

магазинах сразу идти в сервисный центр «220 Вольт» организации ООО «Электросервис».

Перечень будущих услуг Сервис – Центра «220 Вольт» (Верхний Тагил):

- ремонт электроинструмента;
- ремонт бензоинструмента;
- прокат инструмента;
- продажа расходных материалов;
- продажа запасных частей;

Требования к помещениям:

1. Общая площадь: 48 м² (32 м² – помещение для продажи запасных частей и приема заявок на ремонт и прокат инструмента; 16 м² – участок для ремонта инструмента, здесь же хранятся инструменты, материалы и запасные части, необходимые для работы мастерской;)
2. Высота потолка: не менее 2,5 м;
3. Выделенная эл.мощность: от 5 кВт;
4. Возможность размещения стандартного комплекса рекламоносителей на фасаде.

Помещение с нужной площадью у организации ООО «Электросервис» есть, поэтому арендовать землю не нужно.

2.3. Анализ рынка

Конъюнктура рынка – это состояние рынка, которое характеризуется соотношением спроса и предложения на услуги, динамикой цен и пр. На рыночную конъюнктуру влияют уровень доходов населения, степень конкуренции, государственное регулирование данного рынка и другие факторы [23].

В настоящее время многие эксперты прогнозируют кардинальный рост количества инструмента. Это связано с тем, что у людей появились большие возможности для строительства собственными силами, где непременно возникает потребность, в наличии строительного электрического или бензо инструментов.

Почти к каждому строительному сезону рынок предлагает новые, усовершенствованные модели. В этом определенную роль сыграло появление на рынке большого разнообразия строительных материалов, оборудования, необходимых для застройки. Высока вероятность и того, что будет расти доля профессиональных инструментов, в первую очередь, за счет введения новых норм и правил в строительстве.

Помимо всего этого увеличится количество наименований инструмента в торговых точках. Кроме того, растут требования заказчиков к качеству и срокам работ, что также вынуждает строительные компании задумываться о приобретении того или иного инструмента. А новые материалы и технологии «заставляют» использовать высокотехнологичные орудия труда. Спрос на инструмент значительно вырос. На некоторые виды профессионального оборудования спрос увеличился как минимум в два раза. В связи с этим важную составляющую роль в работе «инструментального» бизнеса будут играть ремонт и прокат инструмента.

Город Верхний Тагил – это город с населением 11 357 человек на 2015 год. Современная промышленность Верхнего Тагила представлена в основном двумя отраслями – электроэнергетической и промышленностью строительных материалов. Верхнетагильская ГРЭС – одна из самых крупных на Урале, Комбинат строительных конструкций, Кировоградская птицефабрика.

В районе функционирования организации мало компаний, которые занимаются ремонтом или прокатом инструмента. Эта ниша не занята, поэтому войти на рынок с новой для ООО «Электросервиса» услугой будет не сложно. Основными конкурентами сервисного центра будут магазины, которые продают инструмент и сдают инструмент в аренду. Это такие магазины как «Мастер», «Инструмент», «Мастер 2», «3ка». Эти магазины расположены в Верхнем Тагиле, Кировграде и Невьянске. Также своими конкурентами можно считать частных лиц, которые занимаются ремонтом инструментов. Но мы, в свою очередь, сможем предложить качественную работу обученных мастеров и гарантию на свою работу. Также, помимо физических лиц, мы видим потенциальной клиентурой и юридических лиц, на которых ориентирован сервисный центр.

Рассмотрим SWOT – анализ ООО «Электросервис», чтобы узнать какие существуют у организации сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы. Это поможет нам понять есть ли у организации возможность расширить спектр деятельности.

Таблица 7 – SWOT – анализ ООО «Электросервис»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Прочные позиции на рынке; 2. Выгодное месторасположение, большая проходимость; 3. Оказываемые услуги соответствуют потребностям выбранной целевой аудитории; 4. Наличие квалифицированного персонала; 5. Устойчивое финансовое состояние; 6. База постоянных клиентов; 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Плохая рекламная деятельность; 2. Недостаточное техническое оснащение; 3. Относительно высокие цены; 4. Недостаточная оперативность оказания некоторых видов услуг.

7. Положительный имидж; 8. Многопрофильность деятельности.	
Возможности	Угрозы
1. Рост целевой аудитории; 2. Повышение качества оказания услуги; 3. Обучение персонала; 4. Диверсификация деятельности.	1. Появление новых конкурентов; 2. Ухудшение экономической нестабильности рынка; 3. Снижение объемов потребления услуг постоянными клиентами.

На основе SWOT – анализа можно сделать вывод о том, что нет никаких серьёзных преград для открытия сервисного центра «220 Вольт» в г.Верхний Тагил.

Среди своих клиентов, пользующихся услугами проката и обслуживания инструмента, мы видим приблизительно поровну индивидуальных пользователей и профессионалов. В настоящее время в нашем городе предприятия подобного рода отсутствуют или неконкурентоспособны. Предприятия других районов значительно удалены и не оказывают услуги в таком разнообразии. Поэтому мы достойно сможем занять данную позицию в рыночных отношениях.

Большим преимуществом предоставления наших услуг станет, тот факт, что мы единственные в городе сможем осуществлять ремонт инструментов.

2.4. План маркетинга

План маркетинга – план мероприятий по достижению намеченного объёма продаж и получению максимальной прибыли путём удовлетворения рыночного спроса [25].

Маркетинговая стратегия. Стратегия роста (диверсификация деятельности).

Соответственно информации, полученной в результате исследования, проведенного в рамках данного бизнес – плана, сегодня в Верхнем Тагиле сфера услуг по ремонту и прокату электроинструментов не обладает высоким уровнем конкуренции и вход и выход из нее не затруднен. Поэтому ООО «Электросервис» открывает на территории города Верхний Тагил единственную мастерскую с широким перечнем предоставления услуг:

Перечень услуг Сервис – Центра «220 Вольт» (Верхний Тагил):

- ремонт электроинструмента;
- ремонт бензоинструмента;
- прокат инструмента;
- продажа расходных материалов;
- продажа запасных частей;

Обязательное условие для арендаторов – иметь при себе паспорт, а так же денежные средства под залог инструмента. Залоговые денежные средства, а так же ксерокопии документов необходимы для того, чтобы в случае невозврата проще было найти недобросовестного клиента.

Ценность услуг заключается в том, что ООО «Электросервис» будет работать с поставщиками, которые зарекомендовали себя давно и до сих пор держат эту планку; услуги сервисного центра обладают высоким качеством и при этом их цена не является выше цен других похожих организаций даже в Екатеринбурге, что позволяет покупателю не теряя время на сравнение цен в разных магазинах сразу идти в сервисный центр «220 Вольт» организации ООО «Электросервис».

В ходе проведенного 7 февраля 2016 года анкетного опроса (опрошено 100 чел., из них 30 женщин, 70 мужчин; основной возраст от 25 до 65 лет) были сделаны следующие выводы:

- основными потенциальными покупателями являются мужчины с 30 до 60 лет (семейные пары с детьми 48%, работающие на 1 работе 37%, 15% другие); достаток до 28 000 рублей; юридические лица;
- часто посещаемые организации по ремонту и прокату инструмента только в Екатеринбурге. А также простые физические лица, которые делают не качественно и без гарантии;
- основные покупатели ведут активный образ жизни, строят себе дома или постоянно совершенствуют уже построенные.

Из этого мы можем сделать вывод о том, что основных конкурентов «220 Вольт» мало, это новая услуга для города Верхний Тагил и близлежащих городов (Кировград, Невьянск). Также нужно учесть, что месторасположение очень важно и является одним из ключевых факторов успеха. «220 Вольт» находится на окраине города в частном секторе. Это месторасположение является выгодным для района, где функционирует организация, т.к вблизи находятся множество строящихся домов, бань, других сооружений. Но также является не выгодным другим районам города. Но город Верхний Тагил является не большим городом (с населением 11357 человек по данным 2015 года), поэтому в любую точку города можно добраться быстро.

Потенциальная клиентура. Определить аудиторию, на которую следует рассчитывать при реализации данного плана, не так сложно. Если исходить из выбранной зоны месторасположения, то, безусловно, подавляющую часть посетителей составят жители окрестных домов и районов [27]. Целевую аудиторию будут составлять женщины и мужчины в возрасте от 30 до 60 лет со средним заработком, имеющие одного ребенка, либо двух взрослых детей.

Ценовая стратегия. Ценовая политика сервисного центра – стратегия глубокого проникновения на рынок.

Сдача инструмент в аренду будет производиться на условиях посуточной оплаты. Цена проката одной единицы инструмента на этот срок равняется 8-10% ее рыночной цены. Обязательное условие для арендаторов – иметь при себе паспорт, а так же денежные средства под залог инструмента. Залоговые денежные средства, а так же ксерокопии документов необходимы для того, чтобы в случае невозврата проще было найти недобросовестного клиента. Ремонт и обслуживание инструмента будет рассчитываться из расчета стоимость диагностики инструмента (100 – 600 рублей) + стоимость расходных материалов и запасных частей. Предполагается, что средний ценник составит около 800 – 1000 рублей для шуруповертов, УШМ (болгарок) и дрелей; 1000 – 2000 рублей для перфораторов и отбойных молотков; от 2000 рублей и выше для сварочного оборудования и бензоинструментов.

Акции и скидки. Возможные акции – это лояльность к постоянным клиентам (скидочные карты).

Продвижение продукции. Сейчас ООО «Электросервис» использует следующие виды рекламы:

1. Сайта организации;
2. Буклеты, календари, визитки.

Для дальнейшего развития организации будет использована следующая реклама:

1. Печатная реклама – размещение статьи в газете «Наша городская газета», «Континент». Разработка и использование собственных буклетов, листовок, календарей, визиток;
2. Наружная реклама – вывеска, баннеры, растяжки по центральным улицам: Ленина и Строительная, т. к. по этим улицам чаще всего ездят автовладельцы и ходит основное население города. Вместо этих улиц можно повесить баннер около проходной ГРЭС – это

основное предприятие города, на котором работает примерно 70% населения города, которая является целевой аудиторией организации;

3. Реклама в интернете – развитие сайта организации, создание странички в социальной сети «ВКонтакте»;
4. Самый действенный метод – «сарафанное» радио. Мы будем дарить нашим клиентам буклеты, и просить рекомендовать нас друзьям и знакомым.

Идея рекламы состоит в том, чтобы ознакомить и напоминать рынку о сервисном центре. Рекламировать потребителям новые услуги и персонал с высоким уровнем мастерства и профессионализма. Медиаплан представления в приложении 1.

2.5. План производства

Создание мастерской планируется на территории уже действующего предприятия ООО «Электросервис» так как имеется свободное помещение площадью 32,2 кв.м. В этом помещении планируется организовать производственный участок для ремонта и проката инструмента, здесь же планируется хранить материалы и запасные части, необходимые для работы мастерской. В помещении имеется отопление, вода, электричество 220Вт.

Необходимый перечень, оборудования, инструмента и материала для открытия мастерской представлен в табл. 8 (Приложение 2).

Стеллажи будут собраны собственными усилиями из материала по нужным размерам.

Все материалы, инструменты и оборудование планируется закупать по оптовым ценам в оптовых и производственных организациях, с которыми

заключены контракты и имеется уже многолетний опыт работ. Доставку оборудования и инструмента будет осуществлять поставляющая организация, при необходимости товар будет доставляться транспортными средствами предприятия. Мастерская занимается ремонтом и прокатом электроинструментов, поэтому объем производства будет зависеть от количества заказчиков на данный вид услуг.

Потребность в ресурсах и издержки производства тоже зависят от количества полученных для ремонта электроинструментов. Так как детали необходимые для ремонта индивидуальны в каждом конкретном случае, и оплата их стоимости ложится на заказчика, поэтому они не включаются в постоянные издержки предприятия.

Сдача инструмента в аренду будет производиться на условиях посуточной оплаты. Цена проката одной единицы инструмента на этот срок равняется 8 – 10% ее рыночной стоимости. Как правило, клиенты будут брать одну – две единицы инструмента на одни сутки. Но юридические лица могут арендовать до десятка единиц инструмента на длительные сроки (неделя и более). Обязательное условие для арендаторов иметь при себе паспорт, а так же денежные средства под залог инструмента. Залоговые денежные средства, а так же ксерокопии документов необходимы для того, чтобы в случае невозврата проще было найти недобросовестного клиента. Ремонт и обслуживание инструмента будет рассчитываться из расчета стоимость диагностики инструмента + стоимость расходных материалов и запасных частей. Предполагается, что средний ценник составит около 1000 – 1500 рублей.

Таблица 9 – Прогноз объемов оказания услуг и их стоимость (без запасных частей)

Наименование вида услуг	Прогноз объема услуг в неделю (ед.)				Планируемая цена, (руб.)		
	1	2	3	4		В месяц	За год
Ремонт электроинструмента	18	18	18	18	1 300	91 000	1 092 000
Ремонт бензоинструмента	18	18	18	18	1 500	105 000	1 260 000
Прокат инструмента	18	18	18	18	1 000	70 000	840 000
Итого по видам:						266 000	3 192 000

Таким образом, мы видим, что в месяц по видам деятельности мы получим 266 000 руб., а в год – 3 192 000 руб.

2.6. Организационный план

Организационно – правовая форма предприятия – общество с ограниченной ответственностью, фирма по всем критериям подходит под категорию малого предприятия и пользуется льготами по налогообложению и правом на использование патента на упрощенное налогообложение.

Таблица 10 – Этапы создания предприятия

№	Наименование этапа	Длительность (дней)	Дата
1.	Создание бизнес-плана	131	01.02.2016
2.	Оформление документов Регистрация предприятия	12	11.06.2016

3.	Ремонт помещения Поиск поставщиков	20	23.06.2016
4.	Закупка оборудования Рекламная кампания	14	13.07.2016
5.	Заключение договоров на поставку Набор персонала и его обучение	28	27.07.2016
6.	Начало работы		24.08.2016

Исходя из табл. 10, мы видим, что наш сервисный центр начнет свою работу 24.08.2016 года. На момент защиты выпускной квалификационной работы будет исполняться второй этап создания организации – оформление документов и регистрация предприятия. Эти же этапы нам показывает График Ганта, который изображен на рис. 2.

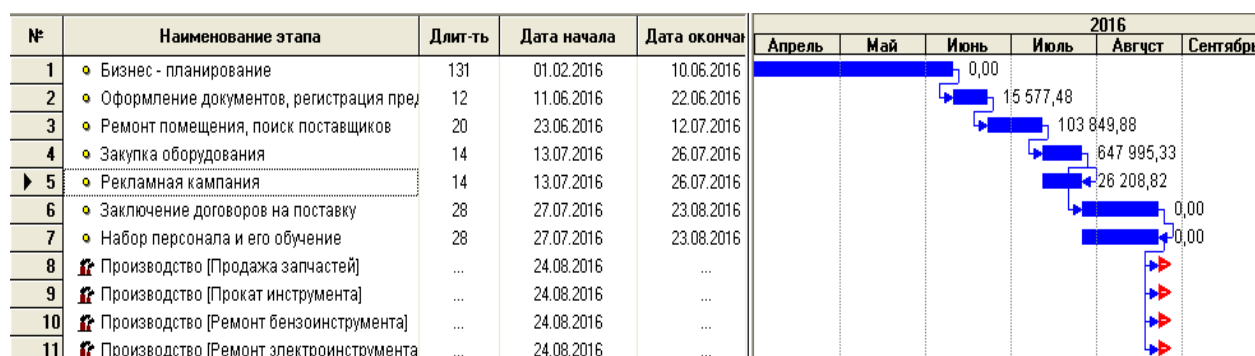


Рисунок 2 – График Ганта

При проектировании Графика Ганта в программе Project Expert, были учтены выходные дни и праздничные дни.

На предприятии на постоянной основе работают 30 человек. В связи с расширением сферы услуг планируется принять для работы мастерской еще 5 человек.

Мастер по эксплуатации с заработной платой 20 000 руб. (с учетом отчислений), который организует и контролирует работу монтеров по ремонту электроинструмента, двух монтеров по ремонту электроинструмента с заработной платой 15 000 руб. (с учетом отчислений), который непосредственно осуществляет ремонт инструмента и двух приемщиков, которые будут принимать инструмент на ремонт, выдавать инструмент в прокат, а также искать и заказывать на сайтах поставщиков нужные запасные части для инструментов с заработной платой 15 000 руб. (с учетом отчислений). Организационно – штатная структура предприятия отражена на рис. 3.

Директор:

- организует всю работу предприятия;
- несет полную ответственность за его состояние и состояние трудового коллектива;
- представляет предприятие во всех учреждениях и организациях;
- распоряжается имуществом предприятия;
- заключает договора;
- поиск поставщиков материала;
- сбыт продукции (т.е. поиск клиентов);
- издает приказы по предприятию в соответствии с трудовым законодательством, принимает и увольняет работников;
- применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия;
- открывает в банках счета предприятия.

Мастер по эксплуатации:

- организует и контролирует работу монтера по ремонту электроинструмента;

Монтер по ремонту электроинструмента:

- непосредственно осуществляет ремонт инструмента и выдачу инструментов в прокат;

Приемщик:

- прием инструмента в ремонт;
- выдача инструмента в прокат;
- поиск и заказ запасных частей к инструментам;
- заполнение журналов.

Применение коллективной ответственности приводит к существенному снижению потерь рабочего времени, текучести кадров.

Таблица 11 – Штатное расписание на первый год функционирования организации

Должность	Число рабочих	Оклад, (руб.) с учетом отчислений	ФОТ, (руб./мес.) С учетом отчислений	ФОТ, (РУБ/ГОД) С УЧЕТОМ ОТЧИСЛЕНИЙ
Монтер	2	15 000	30 000	360 000
Мастер	1	20 000	20 000	240 000
Приемщик	2	15 000	30 000	360 000
Итого	5	50 000	50 000	600 000

Так как проектируемое предприятие относится к сфере обслуживания, то планируемый график работы с 9.00 до 18.00. Таким образом, в соответствии с ТК РФ режим работы, устанавливается два через два, с перерывов с 13.00 до

14.00, с 9.00 до 18.00 . Режим работы административно – управленческого персонала с 8.00 до 17.00 с перерывом на обед пять дней в неделю.

Оборудование и характер работы обуславливает следующие квалификационные требования к работникам (табл. 12):

Таблица 12 – Квалификационные требования к работникам

Должность	Образование	Качества	Опыт работы
Монтер	Среднее специальное или курсы	честность, порядочность, добросовестность, хорошее знание электро и бензо инструментов.	Обязателен, не менее 1 года
Мастер	Среднее (высшее) специальное	честность, порядочность, добросовестность, умение быстро и качественно организовывать работу подчиненных, работу с документацией.	Обязателен, не менее 2 лет
Приемщик	Среднее специальное	честность, порядочность, добросовестность, хорошее знание электро и бензо инструментов, знание компьютера, кассового аппарата.	Желателен, но не обязателен.

Прием сотрудников будет проводиться на конкурсной основе, с учетом личных качеств и опыта работы.

2.7. Финансовый план

Целью разработки финансового плана является определение эффективности предлагаемого бизнеса [36].

Вначале определим первоначальную потребность в инвестициях, расчеты произведём в табл. 13.

Таблица 13 – Первоначальная потребность в инвестициях

Направление инвестиций	Сумма, (руб.)
Покупка оборудования, мебели	610 910
Расходные материалы	7 198
Проведение маркетинга	25 000
Иные расходы	20 000
Итого общая потребность в инвестициях:	663 108

Иные расходы включают прочие непредвиденные расходы.

Определим постоянные издержки организации (табл. 14) и переменные издержки организации (табл. 15).

Таблица 14 –Постоянные издержки

Наименование платежей	Выплаты за год, (рублей.)
Амортизационные отчисления	164 210
Расходные материалы	7 198
Итого	171 408

Таблица 15 – Переменные издержки

Наименование платежей	Выплаты за год, (рублей.)
Заработная плата (с учетом отчислений)	600 000
Электроэнергия, интернет, коммунальные расходы	50 000
Прочие расходы (хоз. нужды, реклама и т.п)	30 000
Итого	680 000

Определив сумму необходимого капитала, рассмотрим структуру источников финансирования (табл. 16):

Таблица 16 – Структура источников финансирования

Источники финансирования	Сумма, рублей.
Инвестиции	300 000
Собственные средства	600 000
Всего инвестиций:	900 000

Для финансирования проекта будут вложены инвестиции в размере 300 000 руб. Планируется получить государственную субсидию.

После того, как мы узнали сумму инвестиций, можно рассмотреть динамику значений кэш фло по месяцам бизнес – процесса на рис. 4.

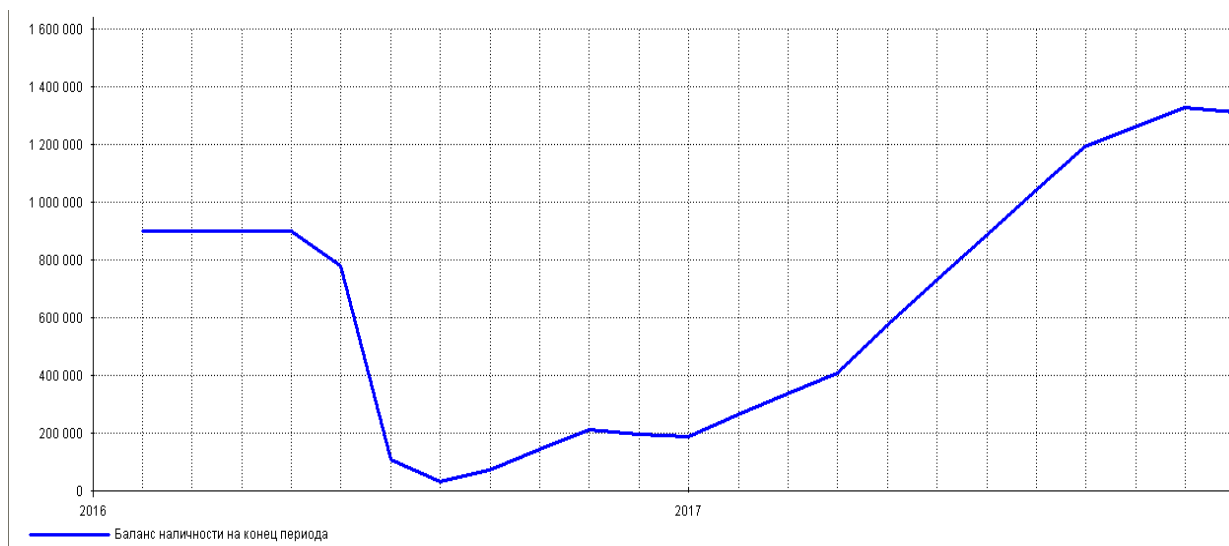


Рисунок 4 – Динамика значений кэш фло по месяцам бизнес – процесса

На графике представлена динамика значений кэш фло по месяцам бизнес – процесса. Инвестиционные вложения составляют около 900000 рублей, на начальном этапе идет закупка оборудования и организация деятельности нового бизнес – процесса – этим обусловлено снижение КЭШа. Затем он начинает

расти. Растет на протяжении всего рассчитываемого времени. Это говорит об эффективности проектируемого бизнес – процесса.

Также можно сразу рассмотреть график прибыли на рис. 5.

На начальном этапе прибыль отрицательная, поскольку идет компенсация вложенных средств и объем продаж по всем услугам растет медленно в течении трех месяцев. В декабре и январе мы заложили при расчетах снижение объемов продаж на 30 %, а с мая по сентябрь заложено увеличение на 30 %. Такие данные мы взяли из наблюдений за объемами предоставляемых услуг в подобных городах у франчайзи.

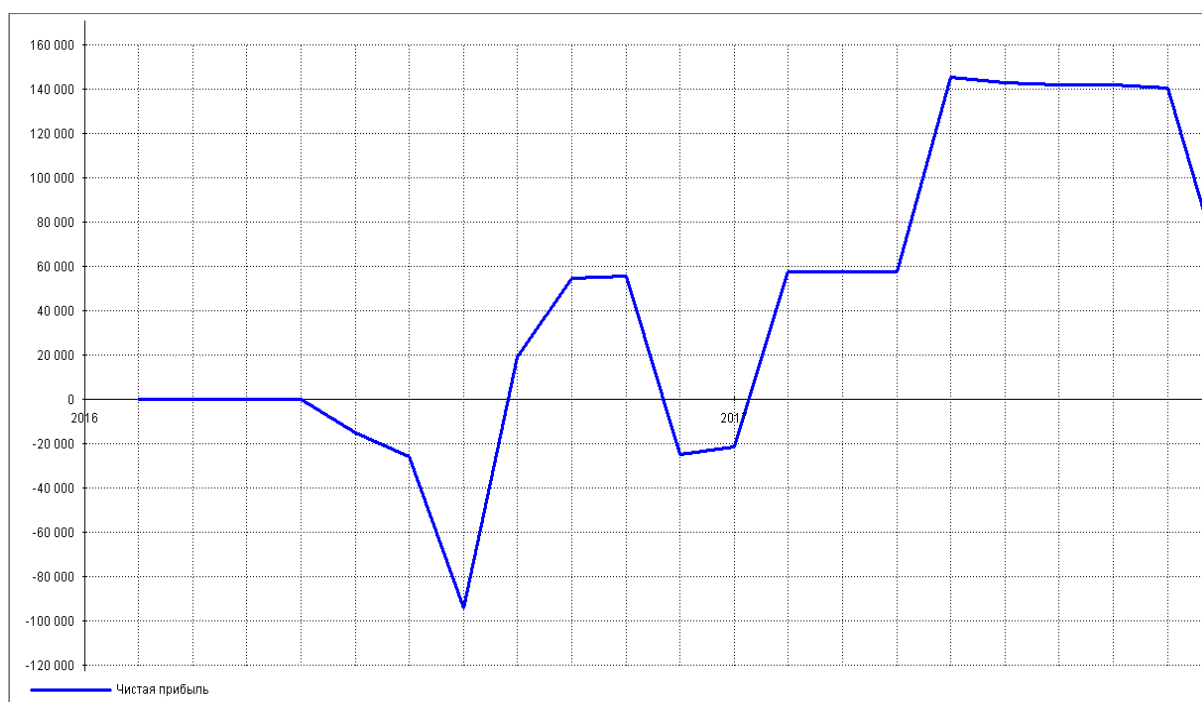


Рисунок 5 – График прибыли

Основные показатели эффективности проектируемого бизнес – плана представлены на рис. 6.

Показатель	Рубли
▶ Ставка дисконтирования, %	15,00
Период окупаемости - РВ, мес.	19
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	19
Средняя норма рентабельности - ARR, %	72,02
Чистый приведенный доход - NPV	243 646
Индекс прибыльности - PI	1,28
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	56,36
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	29,54

Рисунок 6 – Показатели эффективности проекта

На основе показателей данных мы видим, что чистый дисконтированный доход положительный и за 2 года составляет более 200 тыс рублей. Это говорит об эффективности проекта. Также о ней говорит рентабельность (индекс прибыльности), который составляет 1,28, т.е рентабельность = 28%. Это означает, что каждый вложенный рубль генерирует 28 копеек чистой прибыли. Это значение более чем удовлетворительное, поскольку сравнивая значение рентабельности со средневзвешенной стоимостью капитала на рынке (12%), мы видим, что рентабельность значительно превышает это значение, следовательно, бизнес является более выгодным. Период окупаемости – 19 месяцев, следовательно, менее чем за 2 года бизнес окупит себя. Внутренняя норма рентабельности составляет 56%, что также говорит об эффективности проекта, так как оно больше чем 12%.

Запас финансовой прочности представлен на рис. 7

▶ Прокат инструмента	21,46	21,46
Ремонт бензоинструмента	20,16	20,16
Ремонт электроинструмента	20,55	20,55

Рисунок 7 – Запас финансовой прочности

Запас финансовой прочности показывает, что на 21% может быть снижена валовая выручка (либо за счет снижения цены, либо снижения объемов продаж), чтобы мы находились на уровне безубыточности.

Также мы рассчитали точку безубыточности для основных видов услуг в штуках (рис. 8) и в рублях (рис. 9).

▶ Прокат инструмента	53,84	54,98	54,98	54,98	56,35	55,91
Ремонт бензоинструмента	57,07	55,89	55,89	55,89	55,59	55,55
Ремонт электроинструмента	55,24	55,62	55,62	55,62	54,89	55,28

Рисунок 8 – Точка безубыточности (шт.)

▶ Прокат инструмента	56 145,53	57 879,96	57 879,96	57 879,96	57 879,96	57 879,96
Ремонт бензоинструмента	89 282,33	88 257,92	88 257,92	88 257,92	88 257,92	88 257,92
Ремонт электроинструмента	74 892,67	76 118,81	76 118,81	76 118,81	76 118,81	76 118,81

Рисунок 9 – Точка безубыточности (руб.)

Из этого мы видим, что точка безубыточности находится на уровне 56 услуг в месяц по каждому виду деятельности. Это означает, что мы не должны допустить того, чтобы количество услуг по каждому виду деятельности в месяц было меньше этой цифры, чтобы не уйти в минус.

Для того, чтобы наглядно посмотреть уровень точки безубыточности, построим график безубыточности для услуги ремонт бензоинструмента (рис. 10).

В конце финансового плана мы рассмотрим отчет о финансовых результатах деятельности проектируемой компании, который представлен в приложении 3.

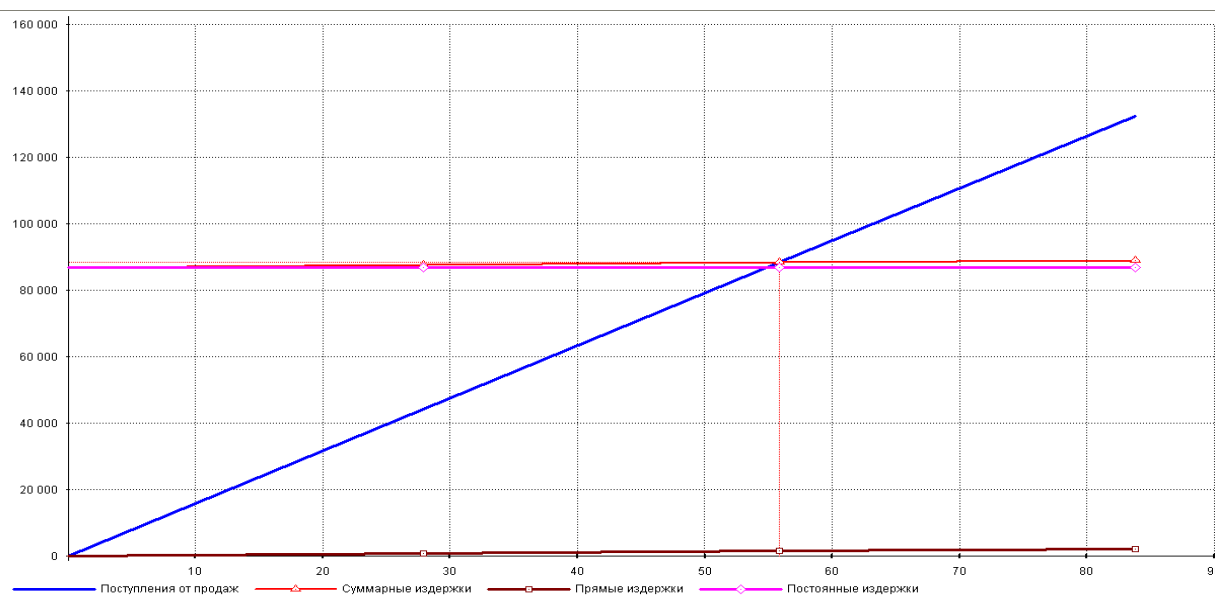


Рисунок 10 – График безубыточности для услуги ремонт бензоинструмента

2.8. Риски проекта

В табл. 17 представлены риски проектируемого бизнес – плана, их причины и способы страхования.

Таблица 17 – Риски бизнес – плана

Вид рисков	Причины	Страхование риска
1. Коммерческие риски	- повышение закупочной цены из-за курса валют	Поиск альтернативных источников поставок сырья
2. Политические риски	- санкции - войны	Ориентация на отечественный рынок
3. Транспортные	-срыв поставок - нарушение логистики	Жесткие условия договора поставок, резервные поставщики
4. Производственные	- усиления конкуренции	Наработка базы данных постоянных клиентов, зарабатывание авторитета

Кроме такой формы представления рисков, мы спроектировали в программе Project Expert анализ чувствительности для нашего бизнес – плана, который представлен на рис. 11.

Количественный анализ рисков проводился методом построения кривых чувствительности в зависимости чистого дисконтированного дохода от изменения таких параметров как цена, объем продаж, общие издержки.

На рисунке видно, что допустимо снижение либо объема продаж, либо цены на 6%, чтобы чистый дисконтированный доход оставался еще положительным. Общие издержки могут при этом вырасти на 20%. Мы не можем допустить, чтобы объем продаж (3 – 4 услуги) или цена упали на 6% (100 рублей). Это неблагоприятное значение, но нужно учесть, что исследуемое значение – чистый дисконтированный доход, а не прибыли.

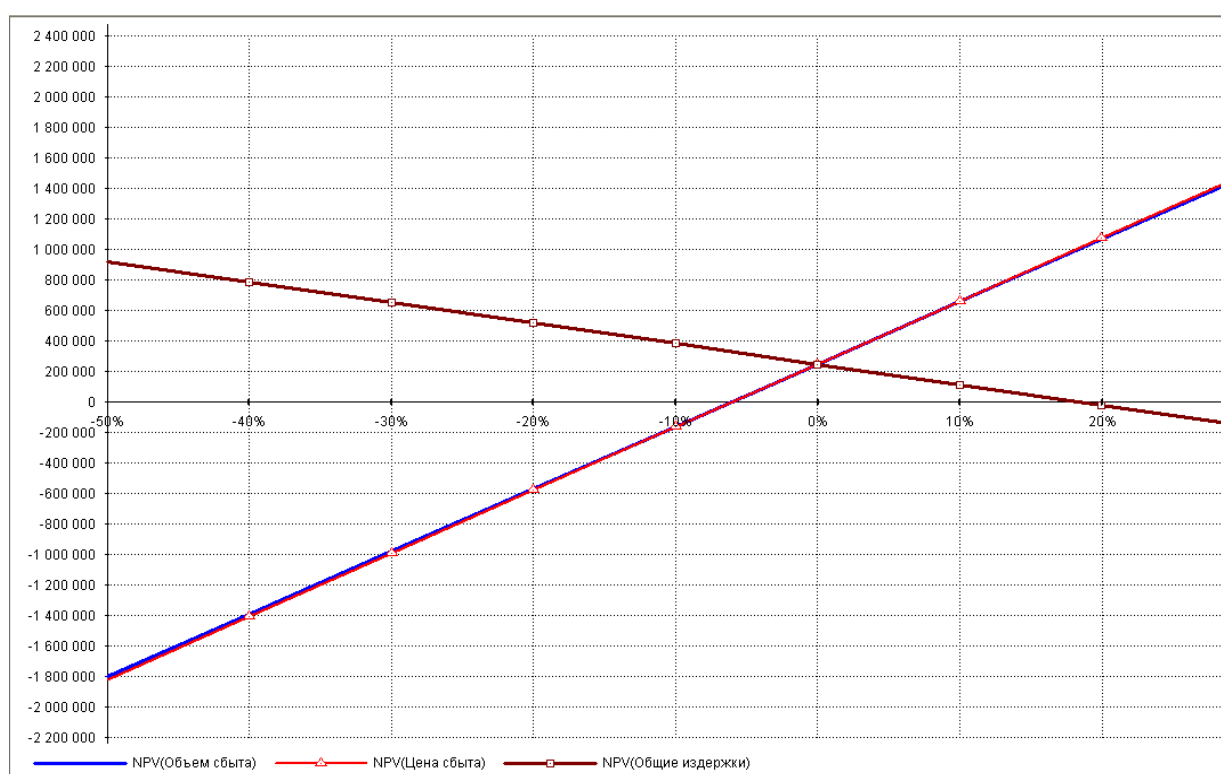


Рисунок 11 – Анализ чувствительности

Для логичного завершения этого раздела, мы спроектировали профиль рисков, полученный методом Монте Карло (рис. 12).

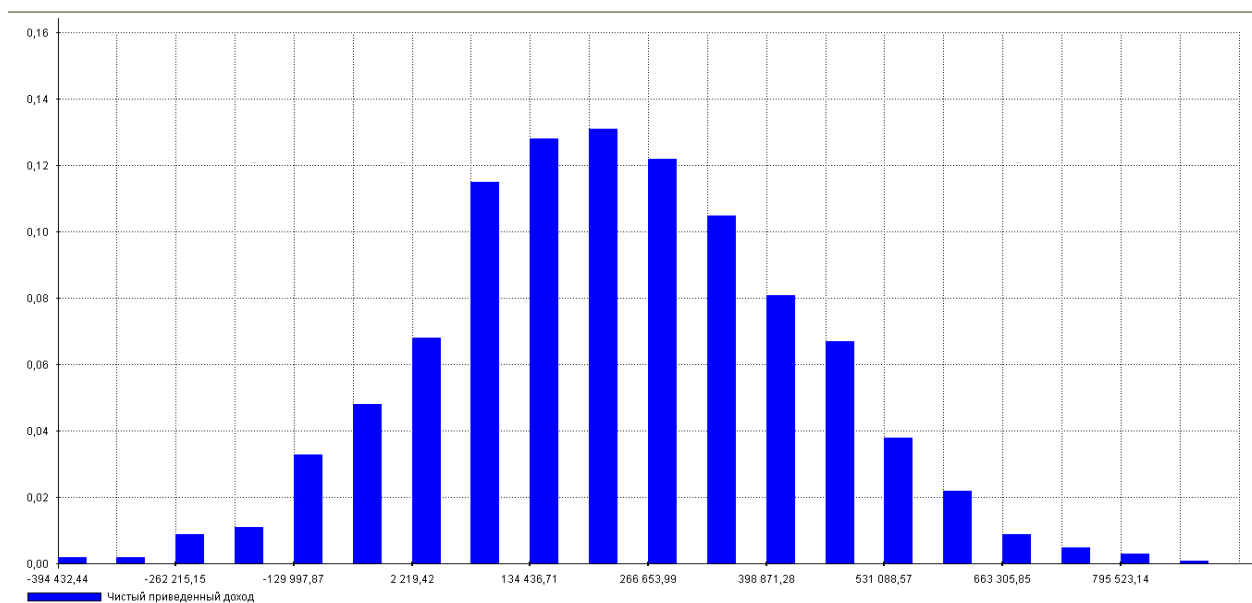


Рисунок 12 – Профиль рисков, полученный методом Монте Карло

На рис представлен профиль риска, полученный методом Монте Карло. Происходило изменение параметров цена, объем продаж, общие издержки случайным образом от -10% до +10%. Производилось 1000 вычислений. Наиболее вероятные значения чистого дисконтированного дохода составили 250 тысяч. Вероятность того, что значение чистого дисконтированного дохода при таком изменении будут отрицательными, составляют около 6%, то есть, при вероятности 94% значение чистого дисконтированного дохода будет положительное.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В последнее время деятельность большинства российских компаний адекватно реагирует на изменения внешней среды. Все более характерным становится предвидение изменений конъюнктуры рынка, осваиваются новые направления и инструменты бизнеса. Современная экономическая ситуация связанная с активным развитием рыночных отношений, заставляет использовать новые прогрессивные подходы к внутрифирменному планированию. Компании вынуждены искать формы и модели планирования, которые обеспечивали бы максимальную эффективность принимаемых управленческих решений. План – это модель действий, созданная на основе прогнозирования экономической среды с учетом целей развития бизнеса. Объединяя понятия «бизнес» и «план», можно сказать, что бизнес – план – это программа деятельности организации по реализации какого – либо дела. Он содержит сведения о компании, продукте (услуге), его производстве, рынке сбыта, финансовую и другую организационную информацию.

Сегодня не только крупным организациям требуются бизнес – планы и прогнозы на будущее, но и маленьким организациям в небольших городах. Ведь они тоже развиваются, расширяются и в итоге вырастают в большие корпорации. Не зря говорят, что бизнес всегда начинается с малого.

Так и организация ООО «Электросервис», которая находится в небольшом городе с населением около 12 000 человек, решила расширить свой спектр деятельности и открыть еще один отдел – сервисный центр «220 Вольт» по франшизе. Для этого они решили разработать бизнес – план развития своей организации и посмотреть стоит ли им открывать новый отдел в кризисное время, будет ли он пользоваться спросом и не принесет ли им это больших убытков.

Спроектировав бизнес – план в программе Project Expert, можно сказать, что проект приносит хороший годовой доход. Существуют риски при деятельности организации, но от рисков можно застраховаться. Ниша в городе не заполнена и конкурентов не много, поэтому никаких преград для открытия сервисного центра «220 Вольт» в городе Верхний Тагил нет.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алиев, В.С. Бизнес – планирование с использованием программы Project Expert (полный курс): Учебное пособие [Текст] / В.С. Алиев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
2. Андреев, В. П. Правовой статус малых предприятий [Текст] / В. П. Андреев // Российская юстиция. – 2012. – № 9. – С.15
3. Асаул, А.Н. Основы предпринимательской деятельности [Текст] / А.Н. Асаул. - СПб.: АНО ИПЭВ, 2011. – 336 с.
4. Баринов, В. Бизнес – планирование, учебное пособие для вузов [Текст] / В. Баринов – СПб.: Проспект науки, 2011. – 268 с.
5. Баскина, Т. Техники успешного рекрутмента [Текст] / Т. Баскина. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 288 с.
6. Беляева, И.Ю. Теория и практика корпоративного управления [Текст] / И.Ю. Беляева. – М.: Кнорус, 2013. – 148 с.
7. Беспалов, М.В. Особенности развития предпринимательской деятельности в условиях современной России [Текст] / М.В. Беспалов. – М. ИНФРА-М, 2014. – 232 с.
8. Бизнес – планирование [Текст]: Учебник для вузов / под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика – М.: Финансы и статистика, 2013. – 816 с.
9. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес – плана проекта: Учебное пособие [Текст] / Т.С. Бронникова. - М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2012. – 224 с.
10. Валдайцев, С.В. Малое инновационное предпринимательство [Текст] / С.В. Валдайцев, Н.Н. Молчанов, К. Пецольдт. – СПб.: Проспект науки, 2015. – 538 с.
11. Верховская О.Р., Дорохина М.В. 2011. Предпринимательская активность и потенциал предпринимательства в России (по материалам проекта

«Глобальный мониторинг предпринимательства», 2006–2010 гг.) // Вестник С.-Петербург. Ун-та. Серия Менеджмент. Вып. 4: 69–101.

12. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: Учебное пособие [Текст] / М.В. Виноградова. - М.: Дашков и К, 2013. – 280 с.

13. Волков, О. И. Экономика предприятия [Текст] : учебник / под ред. О. И. Волкова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 416 с.

14. Гладкий, А.А. Бизнес – план: Делаем сами на компьютере [Текст] / А.А. Гладкий. - М.: Рид Групп, 2012. – 240 с.

15. Голембиовский С.А. Бизнес – план в стиле Russian [Текст] / А.С. Голембиовский – М.: 2013. – 432 с.

16. Горбунов, В.Л. Бизнес – планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно – практическое пособие [Текст] / В.Л. Горбунов. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 248 с.

17. Горемыкин В. А. Бизнес – план. Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес – плана [Текст] / В.А. Горемыкин – М.: 2014. – 592 с.

18. Горфинкеля, В. Я. Малые предприятия: организация, экономика, учет, налоги [Текст] : учеб. пособие / В. Я. Горфинкеля, В. А. Швандер ; под редакцией В. Я. Горфинкеля. – М. : Юнити, 2011. – 357 с.

19. Давидссон, П. Исследуя предпринимательство [Текст] / П. Давидссон. – М.: ВШЭ, 2014. – 400 с.

20. Дубровин, И.А. Бизнес – планирование на предприятии: Учебник для бакалавров [Текст] / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2013. – 432 с.

21. Ильин А.И. Планирование на предприятии: учебное пособие [Текст] /А.И. Ильин. – М.: Новое знание, 2011. – 672 с.

22. Кибанов, А.Я. Экономика управления персоналом [Текст] / А.Я. Кибанов, Е.А. Митрофанов, И.А. Эсаулова. – М.: Инфра-М, 2013. – 432 с.

23. Климова, М.А. Индивидуальное предпринимательство: организация работы [Текст] / М.А. Климова. – М.: Библиотека «Российской газеты», 2014. – 192 с.
24. Коваленко, Г. Российские предприниматели в инновационном бизнесе [Текст] / Г. Коваленко, А. Пономаренко, Г. Семенцева // Российский экономический журнал. - 2011. - №4. – С. 19
25. Крутик, А. Б. Малое предпринимательство и бизнес – коммуникации [Текст] / А. Б. Крутик, М. Д. Горбургов. – СПб.: Бизнес-пресса. 2011, – 295 с.
26. Курганов, А. Основные виды государственной поддержки малого предпринимательства в России [Текст] / А. Курганов // Человек и закон. – 2011. – № 2. – С. 45 – 50.
27. Лапушта М. Г. Предпринимательство [Текст] / М. Г. Лапушта. – М.: ИНФРА – М, 2012. – 496 с.
28. Лосев В. А. Как составить бизнес – план. Практическое руководство с примерами готовых бизнес – планов для разных отраслей: пер. с англ. [Текст] / В. А. Лосев. М.: Вильямс, 2013. – 208 с.
29. Овчинников, И. Роль малого и среднего бизнеса в реализации промышленной политики государства [Текст] / И. Овчинников // Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2011. – № 2. – С. 171– 174.
30. Оганесова, А. Р. Малый бизнес: налоги и отчетность [Текст] / А. Р. Оганесова . – М. : Гарант, 2011. – 154 с.
31. Организация предпринимательской деятельности [Текст] / под ред. В.А. Горфинкель. – М.: Проспект, 2014. – 544 с.
32. Орлова, П.И. Бизнес – планирование: Учебник [Текст] / П.И. Орлова. – М.: Дашков и К, 2013. – 284 с.
33. Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности [Текст] / О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 284 с.

34. Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность [Текст] / Ф.П. Половцева. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 224 с.
35. Попова, О. В. Оценка эффективности кооперативного взаимодействия субъектов малого предпринимательства [Текст] / О. В. Попова // Экономика и управление. – 2011. – № 5. – С. 156 – 159.
36. Попов В.М. Бизнес-планирование: Учебник [Текст] / С.И. Ляпунов, С.Ю. Муртазаева – М.; Финансы и статистика, 2012. – 289 с.
37. Райзберг, Б. А. Основы экономики и предпринимательства [Текст] / Б. А. Райзберг. М. : Высшая школа экономики, 2011. – 344 с.
38. Радаев, В. Российский бизнес: на пути к легализации [Текст] / В. Радаев // Вопросы экономики. – 2012. – № 1. – С. 72-75.
39. Резник, С.Д. Основы предпринимательской деятельности [Текст] / С.Д. Резник, И.В. Глухова, Н.А. Назарова, А.Е. Черницов. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 224 с.
40. Романова, М.В. Бизнес – планирование: Учебное пособие [Текст] / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. - 240 с.
41. Рубин, Ю.Б. Предпринимательство [Текст] / Ю.Б. Рубин. – СПб.: Синергия, 2014. – 864 с.
42. Савкина Р.В. Планирование на предприятии: учебное пособие [Текст] / Р.В. Савкина; под ред. Р.В. Савкина. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 324 с.
43. Сеница Л.М. Организация производства: учебное пособие [Текст] / Л.М. Сеница – 3-е изд. – Мн.: ИВЦ Минфина, 2012. – 521 с.
44. Складенко В.К. Экономика предприятия: учебное пособие [Текст] / В.К. Складенко, В.М. Прудников; под ред. В.К. Складенко. – М.: Инфра-М, 2012. – 528 с.
45. Составление бизнес – плана: нормы и рекомендации [Текст] / Л.М. Сеницина – М.: Книга сервис, 2012. – 346 с.

46. Тактаров, Г.А., Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски [Текст] / Г.А. Тактаров, Е.М. Григорьева. – М.: КноРус, 2015. – 256 с.
47. Теория организации [Текст] / под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой, А.В. Райченко. – М.: Юрайт, 2014. – 480 с.
48. Черняк В.З. Бизнес – планирование: Учебник [Текст] / В.З. Черняк – М.; Юнити, 2011. – 267 с.
49. Шарипов, С. Роль малых форм хозяйствования в повышении эффективности аграрного сектора [Текст] / С. Шарипов // АПК: экономика, управление. – 2011. – № 8. – С. 34 – 38.
50. Экономика управления персоналом [Текст] / под ред. А.Я. Кибанов, Е.А. Митрофанов, И.А. Эсаулова. – М.: Инфра-М, 2013. – 432 с.

ГЛОССАРИЙ

Понятие	Определение понятия	Источник
Cash flow	Денежные потоки – это поступления (притоки) и расходования (оттоки) денежных средств.	Тактаров, Г.А., Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски [Текст] / Г.А. Тактаров, Е.М. Григорьева. – М.: КноРус, 2015. – 256 с.
SWOT – анализ	это метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности), Threats (угрозы).	Валдайцев, С.В. Малое инновационное предпринимательство [Текст] / С.В. Валдайцев, Н.Н. Молчанов, К. Пецольтдт. – СПб.: Проспект науки, 2015. – 538 с.
Бизнес – план	это документ, дающий развернутое обоснование проекта и возможность всесторонне оценить эффективность <u>принятых решений</u> , планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект.	Баринов, В. Бизнес – планирование, учебное пособие для вузов [Текст] / В. Баринов – СПб.: Проспект науки, 2011. – 268 с.
Внутренняя норма рентабельности (Internal Rate of Return, IRR)	это значение ставки дисконтирования, при которой Чистый дисконтированный доход (NPV) равен нулю. Другими словами это показатель отражает безубыточную норму рентабельности проекта.	Тактаров, Г.А., Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски [Текст] / Г.А. Тактаров, Е.М. Григорьева. – М.: КноРус, 2015. – 256 с.
График Ганта	Диаграмма Ганта предназначена для иллюстрации разных этапов работы в сфере малого и среднего бизнеса. Визуально представляет собой простой набор полосок, состоящих из двух главных осей: дел и времени. Каждому временному промежутку приписывается определённая задача, которая должна быть выполнена.	Резник, С.Д. Основы предпринимательской деятельности [Текст] / С.Д. Резник, И.В. Глухова, Н.А. Назарова, А.Е. Черницов. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 224 с.
Конъюктура	конкретная экономическая ситуация, сложившаяся на рынке в данный момент времени или какой-то период времени и отражающая текущее соотношение спроса	Баринов, В. Бизнес – планирование, учебное пособие для вузов [Текст] / В. Баринов – СПб.: Проспект

	и предложения	науки, 2011. – 268 с.
Маркетинговая стратегия	это элемент общей стратегии компании (корпоративной стратегии), который описывает, как компания должна использовать свои ограниченные ресурсы для достижения максимального результата в увеличении продаж и доходности от продаж в долгосрочной перспективе.	Голембиовский С.А. Бизнес – план в стиле Russian [Текст] / А.С. Голембиовский – М.: 2013. – 432 с.
Переменные издержки	это совокупность издержек предприятия, которые прямо зависят от объема произведенной продукции. В литературе данный вид издержек иногда обозначают аббревиатурой TVC (time-variable costs).	Синица Л.М. Организация производства: учебное пособие [Текст] / Л.М. Синица – 3-е изд. – Мн.: ИВЦ Минфина, 2009. – 521 с.
Постоянные издержки	это такие затраты предпринимателя, которые он должен нести в любом случае и которые не зависят от объема выпускаемой продукции.	Синица Л.М. Организация производства: учебное пособие [Текст] / Л.М. Синица – 3-е изд. – Мн.: ИВЦ Минфина, 2009. – 521 с.
Рентабельность	Относительный показатель экономической эффективности. Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных и др. ресурсов. Коэффициент рентабельности рассчитывается как отношение прибыли к активам или потокам, её формирующим	Тактаров, Г.А., Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски [Текст] / Г.А. Тактаров, Е.М. Григорьева. – М.: КноРус, 2015. – 256 с.
Финансовая устойчивость	характеристика, свидетельствующая о стабильном положении предприятия: о превышении доходов над расходами, свободном распоряжении денежными средствами и эффективном их использовании, бесперебойном процессе производства и реализации продукции	Волков, О. И. Экономика предприятия [Текст] : учебник / под ред. О. И. Волкова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 416 с
Франшиза	это соглашение между двумя сторонами, которое дает человеку или группе людей (они называются франчайзи) право продавать продукцию или сервис используя торговую марку другого бизнеса (франчайзор).	Голембиовский С.А. Бизнес – план в стиле Russian [Текст] / А.С. Голембиовский – М.: 2013. – 432 с.
Ценовая стратегия	это возможный уровень, направление, скорость и периодичность изменения цен в соответствии с рыночными целями фирмы.	Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность [Текст] / Ф.П. Половцева. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 224 с.

<p>чистый приведенный доход</p>	<p>основан на сопоставлении величины исходной инвестиции (<i>IC</i>) с общей суммой дисконтированных чистых денежных поступлений, генерируемых ею в течение прогнозируемого срока.</p>	<p>Тактаров, Г.А., Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски [Текст] / Г.А. Тактаров, Е.М. Григорьева. – М.: КноРус, 2015. – 256 с.</p>
---	--	--

МЕДИАПЛАН проведения рекламной кампании в г.Верхний Тагил – сентябрь 2016		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Цена
Баннер	На улице Ленина	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	4500р
	На улице Строительная	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	4500р
Печатные издания.	Газета «Наша городская газета»							x						x								x									бесплатно	
	Газета «Континет»		x			x			x			x		x		x			x		x		x				x		x		x	600р
	Листовки	x					x		x				x		x						x				x				x		x	400р
ИТОГО																															10000р	

Приложение 2.

Таблица 8 – Перечень оборудования, инструментов и расходного материала, необходимые для открытия сервисного центра и проката электроинструментов

Наименование оборудования	Количество	Стоимость (руб.)	Сумма (руб.)
Мебель и оргтехника			
Мебель (стол, стул)	1 компл.	20000	20000
Компьютер+монитор+клавиатура+мышка	1 компл.	15000	15000
Принтер	1 шт.	3400	3400
Сканер	1 шт.	2500	2500
Система вытяжной вентиляции (зонт, вытяжной шкаф)	1	5000	5000
Мойка универсальная, Мойка деталей, с ванной, щеткой для снятия загрязнений и продувочным пистолетом (пневмопривод).	1	22280	22280
Верстак	1	15950	15950
Пресс гидравлический 10 т	1	24750	24750
Пресс механический	1	6000	6000
Компрессор (100л)	1	17860	17860
Мультиметр	1	2832	2832
Регулируемый автотрансформатор	1	5100	5100
Прибор для проверки, контроля и диагностики якорей и статоров электрических машин ПУНС-5	1	20990	20990
Тиски 150 мм	1	1800	1800
Настольный сверлильный станок	1	7380	7380
Станок заточной	1	17340	17340
Станок клепальный	1	1770	1770
Станок расклепочный	1	1770	1770
Цифровой мегаомметр	1	5313	5313
Электроточило	1	5840	5840
Токарный станок настольный по металлу	1	30400	30400
Итого оборудование для сервисного центра:		233275	
Инструмент для ремонта			
Набор пинцетов	1	410	410
Паяльники	комплект	800	800
Набор инструмента Jonnesway 94 пр.	1	3700	3700
Набор бит 31 пр.	1	472	472
Набор кусачек, утконосов, пассатижей	5	350	1750
Съемники подшипников(2-х, 3-х лапные)	1	5000	5000

Продолжение табл. 8

Набор отверток (от часовых до силовых)	1	2000	2000
Набор шестигранных ключей	1	294	294
Набор Г-образных TORX ключей	1	217	217
Набор сверл	1	890	890
Экстракторы	1	240	240
Набор напильников	1	270	270
Комплект кернов и зубил 5 пр.	1	354	354
Набор метчиков и лерок	1	1533	1533
Набор насадок для дрели	1	995	995
Съемники изоляции	1	600	600
Подставка для паяльника	1	540	540
Биты L=90 и 150 мм	2 компл	60	120
Набор съемников стопорных колец SATA	1 комп.	1610	1610
Штангельциркуль цифровой	1	1780	1780
Ударная отвертка	1	680	680
Без инерционный молоток	1	300	300
Набор головок	1	2000	2000
Съемники стопорных колец	3	360	1080
Съемник для разъединения корпусов бензопил	1	2000	2000
Паяльная станция	1	6000	6000
Итого инструмент для ремонта:		35635	
Расходные материалы			
Силиконовый герметик-прокладка	4	68	272
) Краска температуростойкая 425-600С (черная и серебристая	2	277,50	555
Очиститель карбюратора ABRO	4	75	300
Ацетон	1л	80	80
Растворитель 647	1	72	72
Обезжириватель поверхности	3 л	866	2600
Фиксатор резьбы	2	500	1000
Полотна по металлу	5	5	20
Батарейка КРОНА	1	24	24
Перчатки х/б	10 пар	12	120
Резинки для денег	1 уп.	10	10
Маркеры тонкие	2	50	100
Канифоль жидкая	2 флакона	12,50	25
Кислота паяльная	2 шт	17	34
Клей РОХИРОЛ	3	138	414
Термоусадочная трубка (разная)	20 метр	30	600
Изолента различных цветов	6	12	72
Клей супер момент	20	45	900
Итого расходных материалов:		7198	

Инструмент в прокат

Окончание табл. 8

Пила циркулярная (ручная)	2	3000	6000
УШМ (болгарка)	4	3000	12000
Перфоратор	4	5000	20000
Шуруповерт/дрель аккумуляторная	3	3000	9000
Мотокоса/триммер (бензиновая)	2	5000	10000
Электрокоса/триммер (электрическая)	1	5000	5000
Пила цепная (электрическая)	2	6000	12000
Бетономешалка	2	8000	16000
Краскопульт (электрический)	2	3000	6000
Электролобзик	1	2500	2500
Машина полировальная	1	6000	6000
Машинка шлифовальная	1	2500	2500
Строительный миксер	2	3500	7000
Отбойный молоток	2	25000	50000
Ножницы по металлу	1	10000	10000
Пила торцовочная	2	5000	10000
Электрорубанок	2	3000	6000
Фен технический	1	2000	2000
Штроборез	2	15000	30000
Сварочный трансформатор	3	5000	15000
Компрессор сжатого воздуха	2	8000	16000
Молоток отбойный (пневматический)	1	3000	3000
Молоток отбойный (электрический)	2	16000	32000
Плиткорез (электрический)	1	4000	4000
Электро клупп	2	25000	50000
Итого инструмент в прокат:		342000	
ИТОГО:		618108	

Приложение 3

	9.2016	10.2016	11.2016	12.2016	1.2017	2.2017	3.2017	4.2017	5.2017	6.2017	7.2017	8.2017	9.2017	10.2017	11.2017	12.2017
▶ Валовый объем продаж	246 288,56	286 875,63	289 597,73	205 411,29	211 088,23	297 920,00	297 920,00	297 920,00	392 392,00	389 648,00	388 864,00	388 864,00	387 296,00	297 920,00	297 920,00	209 328,00
Потери																
Налоги с продаж	14 777,31	17 212,54	17 375,86	12 324,68	12 665,29	17 875,20	17 875,20	17 875,20	23 543,52	23 378,88	23 331,84	23 331,84	23 237,76	17 875,20	17 875,20	12 559,68
Чистый объем продаж	231 511,25	269 663,09	272 221,87	193 086,62	198 422,93	280 044,80	280 044,80	280 044,80	368 848,48	366 269,12	365 532,16	365 532,16	364 058,24	280 044,80	280 044,80	196 768,32
Материалы и комплектующие	2 399,24	2 794,62	2 821,14	1 993,54	2 076,88	2 902,21	2 902,21	2 902,21	3 790,89	3 772,87	3 772,87	3 772,87	3 772,87	2 902,21	2 902,21	2 031,55
Сдельная зарплата																
Суммарные прямые издержки	2 399,24	2 794,62	2 821,14	1 993,54	2 076,88	2 902,21	2 902,21	2 902,21	3 790,89	3 772,87	3 772,87	3 772,87	3 772,87	2 902,21	2 902,21	2 031,55
Валовая прибыль	229 112,01	266 868,47	269 400,73	191 093,08	196 346,05	277 142,59	277 142,59	277 142,59	365 057,59	362 496,25	361 759,29	361 759,29	360 285,37	277 142,59	277 142,59	194 736,77
Налог на имущество																
Административные издержки																
Производственные издержки	74 783,98	75 493,59	76 209,93	76 933,07	77 663,07	78 400,00	78 400,00	78 400,00	78 400,00	78 400,00	78 400,00	78 400,00	78 400,00	78 400,00	78 400,00	78 400,00
Маркетинговые издержки	10 683,43	10 784,80	10 887,13	10 990,44	11 094,72	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00	11 200,00
Зарплата административного персонала																
Зарплата производственного персонала	111 278,56	112 334,46	113 400,37	114 476,41	115 562,65	116 659,20	116 659,20	116 659,20	116 659,20	116 659,20	116 659,20	116 659,20	116 659,20	116 659,20	116 659,20	116 659,20
Зарплата маркетингового персонала																
Суммарные постоянные издержки	196 745,96	198 612,84	200 497,44	202 399,91	204 320,45	206 259,20	206 259,20	206 259,20	206 259,20	206 259,20	206 259,20	206 259,20	206 259,20	206 259,20	206 259,20	206 259,20
Амортизация	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64
Проценты по кредитам																
Суммарные непроизводственные издержки	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64	13 684,64
Другие доходы																
Другие издержки																
Убытки предыдущих периодов					274,54	274,54	274,54	274,54	274,54	274,54	274,54	274,54	274,54	274,54	274,54	274,54
Прибыль до выплаты налога	18 681,41	54 570,99	55 218,65	-24 991,47	-21 659,04	57 198,75	57 198,75	57 198,75	145 113,75	142 552,40	141 815,44	141 815,44	140 341,52	57 198,75	57 198,75	-25 207,07
Суммарные издержки, отнесенные на прибыль																
Прибыль от курсовой разницы																
Налогооблагаемая прибыль						35 265,17	56 924,21	56 924,21	144 839,22	142 277,87	141 540,91	141 540,91	140 066,99	56 924,21	56 924,21	
Налог на прибыль																
Чистая прибыль	18 681,41	54 570,99	55 218,65	-24 991,47	-21 659,04	57 198,75	57 198,75	57 198,75	145 113,75	142 552,40	141 815,44	141 815,44	140 341,52	57 198,75	57 198,75	-25 207,07

