**ВВЕДЕНИЕ**

Малый бизнес объективно существует и развивается как относительно самостоятельный сектор экономики страны, способствует решению социальных и экономических вопросов государства. Дальнейшее его развитие представляет стратегическую задачу экономической политики и является важным рычагом управления процессом дальнейшего становления рыночных отношений в Российской Федерации.

Малый бизнес - это базовая составляющая рыночного хозяйства, которая является наиболее совершенной формой производственно-экономических отношений, при которых предприниматель, работая в условиях полной хозяйственной самостоятельности и имущественной ответственности, становится подлинным хозяином. Главными особенностями малого бизнеса являются: экономическая свобода, инновационный характер, реализация товаров и услуг на рынке, деятельность с целью получения прибыли, гибкость.

В последнее время бизнес - планирование занимает немалое место в деятельности фирмы. Бизнес-план необходим как при создании малого, среднего или крупного бизнеса, так и для его модернизации или реструктуризации. Он является одним из основных документов, определяющих стратегию развития бизнеса, в нем более подробно разбираются экономические и финансовые вопросы, дается технико-экономическое обоснование конкретных мероприятий. Но ценность бизнес-плана не ограничивается бизнес – предложением при переговорах с будущими партнерами. Он так же важен для управленческого персонала не только потому, что определяет цели, задачи и время их достижения, но и позволяет обнаружить проблемы перед тем, как привлекать заемные ресурсы.

Актуальность идеи открытия автосервиса обусловлена тем, что развитие малого предпринимательства это основное условие становления конкурентной рыночной среды. Для развития этого сектора экономики в работе будет рассмотрена его поддержка в виде открытия предприятия в сфере малого бизнеса.

Основной направленностью деятельности автосервиса будет являться кузовной ремонт автомобилей.

Цель курсового проекта - cоставить бизнес-план по разработке предпринимательской идеи по открытию автосервиса.

Задачи курсового проекта:

разработка и составление бизнес-плана по рассматриваемой предпринимательской идеи по открытию автосервиса;

изучение конкурентов по виду деятельности открываемого предприятия;

изучение рисковых ситуации и мероприятии по устранению их отрицательного воздействия;

определение рынка сбыта услуг;

определение прогнозируемой прибыли и предполагаемых затрат; практической значимости бизнес-плана при открытии дела;

определение основного направления деятельности предприятия.

Объект курсового проекта – предпринимательская идея по открытию автосервиса.

Субъект курсового проекта - автосервис.

Структура курсового проекта. Курсовой проект состоит из двух глав. Во введении раскрываются основные цели, задачи, объект, субъект курсового проекта, практическая значимость малого бизнеса и актуальность открытия автосервиса. В первой главе рассматривается теоретическая часть – понятие, функции, задачи, практическая значимость бизнес-плана при открытии дела. Во второй главе рассматриваются этапы становления бизнес-плана по разработке и реализации предпринимательской идеи по открытию автосервиса. Далее составляется заключение курсового проекта в котором подводятся итоги по всем полученным результатам полученным в предыдущих главах.

Информационная база курсового проекта - учебники и учебные пособия по экономике, менеджменту, маркетингу, бухучету, ОТКД, организации коммерческой деятельности предприятия, анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия российских авторов, а так же знания полученные по дисциплине учебная фирма и профессиональные навыки полученные на производственной практике.

**1. БИЗНЕС-ПЛАН, ЕГО СУЩНОСТЬ**

**1.1 Роль бизнес-плана при открытии фирмы**

Как показывает практика, не все собственники и менеджеры в должной степени подготовлены к ведению бизнеса в рамках общепринятых правил, из-за чего возникает много вопросов и проблем.

Одним из таких вопросов является составление бизнес-планов, необходимых как для создания нового бизнеса, так и для определения перспектив развития предприятий; осуществления структурной перестройки; обоснования целесообразности получения банковских кредитов; создания условий для организации рентабельной работы.

Важнейшей задачей разработки бизнес-планов является проблема привлечения и обоснования инвестиций и кредитов, в том числе зарубежных. В этом случае бизнес-план необходим как основной документ, дающий возможность выгодного вложения денежных средств и гарантию возврата инвестиций на основе их эффективного использования.

Особенностью бизнес-плана как стратегического документа является его сбалансированность по постановке задач с учетом реальных финансовых возможностей фирмы. Чтобы бизнес-план был принят, он должен быть обеспечен соответствующими финансовыми расчетами.

В рыночной экономике бизнес-план является рабочим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. Он описывает процесс функционирования фирмы, показывает, каким образом ее руководители собираются достигнуть своих целей и задач, повысить эффективность работы. Хорошо разработанный бизнес-план может помочь завоевать новые позиции на рынке, получить инвестиции и кредитные ресурсы, составить стратегические и тактические планы развития, организовать производство новых товаров и услуг, и выбрать рациональные способы их реализации.

Бизнес-план систематически обновляется, поскольку на него оказывают влияние внутренние и внешние факторы, и базируется:

на конкретном проекте производства определенного товара (услуги) -создание нового типа изделий или оказание новых услуг;

на всестороннем анализе производственно - хозяйственной и коммерческой деятельности, целью которого является выделение ее слабых и сильных сторон, специфики и отличий от других аналогичных фирм;

на изучении конкретных финансовых, технико-экономических и организационных механизмов, используемых в экономике для реализации конкретных задач.

К внутренним факторам можно отнести: уровень технологий, ценовую политику, политику сбыта товаров и услуг, и т.д. К внешним факторам можно отнести: политическую, экономическую и демографическую ситуацию в стране, положение фирмы на рынке, и т.д. Чтобы противостоять вышеперечисленным факторам и жесткой конкуренции многие фирмы в различных отраслях вынуждены заниматься планированием своего бизнеса, только возможность подготовки таких документов может быть различной: мелкому бизнесу для разработки бизнес-плана не обязательно привлекать специалистов консалтинговых организаций. Но кто бы ни занимался проектированием своего бизнеса, должен поставить пред собой определенные цели и задачи, осуществляемые через функции бизнес - планирования, основные из которых представлены в таблице 1.

Таблица 1.1.1 Функции бизнес-плана

|  |  |
| --- | --- |
| Внутрифирменные функции | Внешние функции |
| - разработка стратегии развития фирмы или конкретизация отдельных направлений ее деятельности;- разработка и осуществление проектов создания новой продукции (услуги);- оценка внутреннего научного, технического, производственного и коммерческого потенциала;- подготовка и осуществление | - привлечение инвестиций для реализации проектов;- обоснование для включения проектов в государственные или региональные программы- получение банковских кредитов;- обеспечение успешной реализации акций фирмы на фондовом рынке;- организационно-финансовое обоснование необходимости создания |
| мероприятий по внедрению новых технологий и приобретению оборудования;- подбор новых и переобучение собственных рабочих и специалистов;- контроль за финансовыми результатами деятельности фирмы;- мероприятия по снижению степени риска в деятельности фирмы;- формирование благоприятного имиджа | совместных производств, предприятий с использованием иностранного капитала и других форм совместной деятельности;- разработка и осуществление мероприятий по созданию финансово-промышленных групп |

При этом постановка целей может быть представлена следующим образом:

1. Определение степени жизнеспособности и будущей устойчивости предприятия, снижение риска предпринимательской деятельности.

2. Конкретизация перспективы бизнеса в виде количественных и качественных показателей развития.

3. Привлечение внимания и интереса, обеспечение поддержки со стороны потенциальных инвесторов фирмы.

4. Получение ценного опыта планирования, выявление слабых и сильных сторон организации. [17, с.8]

В отличие от традиционного плана организация бизнес-плана учитывает не только внутренние цели предпринимательской деятельности, но и внешние, которые могут быть полезны вновь созданному бизнесу. Помимо инвесторов заинтересованными лицами будущего бизнеса являются потенциальные потребители и поставщики фирмы.

Вышеизложенная структура соответствует запросам организаций, чья репутация не подлежит сомнению, поэтому немало важно разъяснить каждый раздел бизнес-плана.

**1.2 Бизнес-план как элемент антикризисного управления**

Бизнес-план это основной документ, в котором отражается финансовая осуществимость предпринимательской идеи.

Антикризисное управление – это процесс применения форм, методов и процедур, направленных на социально-экономическое оздоровление финансово-хозяйственной деятельности индивидуального предпринимателя, предприятия, отрасли, создание и развитие условий для выхода из кризисного состояния экономики региона или страны в целом.

Основными кризисами, которым подвержена финансово - хозяйствования деятельность субъектов экономики, считаются стратегический кризис, тактический кризис и кризис платежеспособности.

Понятие «антикризисного управления» возникло сравнительно недавно, но зато сегодня его можно встретить во многих сферах. Мировой опыт показывает, что антикризисный процесс в условиях рыночной экономики – управляемый процесс, включающий в себя два блока процедур: антикризисное управление и антикризисное регулирование.

Направления антикризисного регулирования - на уровне хозяйствующего субъекта считаются разработка новых управленческой, финансовой и маркетинговой стратегий, постоянный мониторинг финансово-экономического состояния предприятия, сокращение постоянных и переменных издержек, повышение производительности труда, привлечение средств учредителей, усиление мотивации персонала. На уровне регионального (федерального) уровня - корректировка финансово-экономической, социальной, научно-технической, инвестиционной, внешнеэкономической политики, выявление и прогнозирование внутренних и внешних угроз экономической стабильности, разработка комплекса оперативных и стратегических мер по преодолению негативных факторов

Современная деловая жизнь России – это та ниша, в которой термин «антикризисное управление» наряду со всеми остальными (финансовый кризис и, например, ипотека, кредит) является очень популярным. В некоторых случаях под термином «антикризисное управление» понимают управление предприятием в условиях общего экономического кризиса.

Кризисные ситуации возникают на всех стадиях жизненного цикла предприятия. Они выражаются в колебаниях объёмов производства продукции, возникновения сложностей со сбытом продукции, чрезмерном росте задолженности по налоговым платежам и т.д.

Цель бизнес плана как элемента антикризисного управления заключается в прогнозировании действий предприятия при возможном кризисном состоянии, а так же выведение предприятия, из кризисного состояния. Главной задачей является выбор удачной стратегии антикризисного управления которая позволит в кратчайшие сроки и с минимальными затратами выйти из кризисного состояния. В антикризисном управлении предприятием решающее значение имеет построение тщательно продуманной стратегии.

Для антикризисного управления особое значение имеет перспективность, возможность выбрать и построить рациональную стратегию развития. Существуют разные стратегии, наиболее важными из которых являются следующие:

- предупреждение кризиса, подготовки к его появлению;

- выживание зрелости кризиса для успешного решения проблем его преодоления;

- противодействия кризисным явлениям, замедления его процессов;

- стабилизации ситуаций посредством использования резервов, дополнительных ресурсов, рассчитанного риска, последовательного вывода из кризиса;

- предвидения и создания условий устранения последствий кризиса.

Бизнес-план обеспечивает объективное представление о возможностях развития предприятия, о прогнозируемых финансово-экономических результатах деятельности предприятия, о возможных рисках и мероприятиях по их устранению. Поэтому бизнес-план выступает в роли проектной работы.

**2. ЭТАПЫ СОСТАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА ПО РАЗРАБОТКЕ И РЕАЛИЗАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИДЕИ ПО ОТКРЫТИЮ АВТОСЕРВИСА**

**2.1 Краткое содержание бизнес-плана**

В курсовом проекте рассматривается разработка и реализация бизнес идеи по открытию автосервиса который будет реализовать услуги по кузовному ремонту автомобилей.

Предоставление данного вида услуг на рынок позволит потенциальным потребителям, то есть лицам потерпевшим дорожно-транспортное происшествие или просто пожелавшим поменять внешний вид автомобиля быстро и качественно реализовать свои потребности.

Предприятие предполагается открыть в Республике Башкортостан, городе Октябрьском, улица Северная 21/1. Взяв гараж в аренду площадью в 30 квадратных метров. На предприятии рассматривается использование инновационного оборудования, качественного сырья и материалов, и обеспечение должного уровня образования и опыта специалистов, входящих в трудовые ресурсы предприятия.

В данном городе основными конкурентами являются – ИП Валиуллин, Заитово, Космонавтов 15 и организация «Лев» расположенная по адресу Кооперативная 68. Предприятия существуют довольно долгое время и являются вполне сильными, устоявшими конкурентами.

Стратегия реализации бизнес-плана.

Стратегия - это пути, методы достижения конечного результата; долгосрочный план организации , основанный на анализе сильных и слабых сторон организации; определение возможностей и препятствий для развития организации; это заранее спланированная реакция организации на изменение внешней среды.

Стратегия открываемого автосервиса:

1. рациональное использование финансовых и материальных ресурсов имеющихся в наличии;

2. аренда помещения – гаража, площадью в 30 квадратных метров, под автосервис;

3. оснащение помещения оборудованием и минимальное оснащение мебелью.

4. наем трудовых ресурсов на предприятие;

5. расчет заработной платы, и режима работы автосервиса.

6. проведение рекламной компании.

7. получение запланированных результатов от деятельности предприятия.

Ценовая стратегия открываемого предприятия опирается в первую очередь на стратегию проникновения на рынок, предоставляемые услуги в короткие сроки внедряется на рынок, предприятие становится узнаваемым и популярным. Так же применятся стратегия следования за лидером, то есть за счет приемлемой цены забирает часть потребителей у фирмы лидера.

Рынок сбыта предоставляемых услуг - городской округ города Октябрьского, Туймазинский район, ближайшие города Республики Татарстан и случайные проезжие, которым понадобилась помощь.

Предполагаемый объем продаж – 4-5, в среднем 4,5 автомобиля в неделю, в день – 0,9 автомобилей. Средняя цена – 10 000 рублей. В месяц 26 рабочих дней, шестидневная рабочая неделя. Из чего рассчитываем объем продаж в месяц – 0.9 \* 26 =24 машин. Объем продаж в год – 24 \* 12 = 288 услуг. Выручка от реализации услуг – 24 \* 10 000 = 240 000 руб. В год – 240 000 \* 12 = 2 880 000 руб.

Менеджмент — рациональное управление современным производством, тесно связанное с улучшением организации на основе постоянного внедрения новых принципов, форм, структур и методов управления с целью повышения эффективности производства, бизнеса. Основная цель менеджмента — достижение высокой эффективности производства, лучшего использования ресурсного потенциала предприятия, фирмы, компании.

Для реализации предпринимательской идеи, то есть на открытие автосервиса понадобится 1 000 000 руб. В него входят:

Основные фонды в виде:

Машинка для полировки и шлифовки – 3 800 руб.

Электрогазосварочный аппарат - 28 300 руб.

Краскораспылитель(2 шт) – 4 320 руб.

Компрессор – 10 045 руб.

Сушильная камера – 33 320 руб.

Агрегат для резки металла – 8 000 руб.

Лучковая пила(2 шт) – 6 000 руб.

Лобзик – 3 000 руб.

Компьютер – 30 000 руб.

Итого стоимость основных фондов – 126 785 руб.

Оборотный капитал предприятия включает в себя:

Моющие средства – 8 000 руб.

Обезжиривающие средства – 2 600 руб.

Ветошь – 7 000 руб.

Абразивная бумага – 4 500 руб.

Аэрографическая краска – 5 000 руб.

Автомобильная краска – 5 000 руб.

Лак – 5 000 руб.

Полировочный валик – 7 500 руб.

Средства защиты – 5 000 руб.

Итого стоимость оборотного капитала составила – 49 600 руб.

Так же в сумму стартового капитала внесены постоянные расходы :

Годовая арендная плата в размере 3 000 \* 12 = 36 000 руб.

И сумма заработной платы, которая распределилась между:

Администратор (хозяин) – 10 000 руб.

Механик – 10 500 руб.

Слесарь – 9 000 руб.

Сварщик – 9 000 руб.

Специалист по покраске и шлифовке – 15 000 руб.

Дизайнер – 7 000 руб.

Итого фонд заработной платы составляет в месяц 60 500 руб. в год – 726 000 руб.

Затраты на коммунальные услуги – 13 000 руб.

Затраты на свет – 15 000 руб.

Затраты на газ – 18 615 руб.

Затраты на рекламу – 10 000 руб.

Резервы на непредвиденные расходы – 5 000 руб.

Итого сумма стартового капитала – 1 000 000 руб.

**2.2 Отрасль, создаваемая компания, ее продукт или услуга**

Автосервис ИП Самикова будет ориентироваться на предоставлении услуг в сфере ремонта автомобилей, конкретнее на кузовном ремонте.

Форма автомобиля зависит от компоновки и конструкции, от применяемых материалов и технологии изготовления кузова. В свою очередь, возникновение новой формы заставляет искать новые технологические приёмы и новые материалы. Кузов — часть автомобиля или другого транспортного средства, предназначенная для размещения пассажиров и груза. Кузов крепится к раме автомобиля. Бывают также безрамные кузовы, выполняющие одновременно функцию рамы — к ним крепятся все остальные узлы и агрегаты автомобиля. Если на разных автомобилях установить бамперы на различной высоте, то при столкновении двух машин они могут остаться целыми, в то время как кузов будут повреждены. Поэтому разработаны стандарты, определяющие высоту установки и ударопоглащающие характеристики бамперов. При происшествии ДТП любой машине понадобится ремонт, в том числе и кузовной. Именно эти понятия являются главными в предоставляемых услугах автосервиса ИП Самикова.

Предприятие предполагается открыть в Республике Башкортостан, городе Октябрьском, улица Северная 21/1. Взяв гараж в аренду площадью в 30 квадратных метров, закупив и установив необходимое оборудование, набрав квалифицированных специалистов.

Для проникновения на рынок необходимо провести хороший маркетинговый ход, конкретнее рекламную компанию. Разместить рекламу на щитках, баннерах, вывесках, в газетах и еще возможно размещение на радио.

В данном городе основными конкурентами являются – ИП Валиуллин, Заитово, Космонавтов 15 и организация «Лев» расположенная по адресу Кооперативная 68. Предприятия существуют довольно долгое время и являются вполне сильными, устоявшими конкурентами. Но все же возможен перехват доли рынка у конкурентов с помощью инновационной техники, высококвалифицированных специалистов, деятельность которых позволит снизить себестоимость услуг и как вследствие стоимости данных услуг, высокого уровня этикета, системой скидок и продуктивной рекламной деятельности.

Ценовая стратегия открываемого предприятия опирается в первую очередь на стратегию проникновения на рынок, предоставляемые услуги в короткие сроки внедряется на рынок, предприятие становится узнаваемым и популярным. Так же применятся стратегия следования за лидером, то есть за счет приемлемой цены забирает часть потребителей у фирмы лидера.

Основной целью открываемого предприятия является получение прибыли, а такие цели как: удовлетворение потребностей в данной сфере услуг, являются второстепенными, но в то же время именно теми которые приносят нам доход.

**2.3 Исследование и анализ рынка**

Этот пункт второй главы - весьма важный в структуре бизнес - плана потому что в нем рассматривается рынок сбыта предоставляемых услуг. Предприятие ИП Самикова занимается предоставлением услуг по кузовному ремонту автомобилей.

Предполагаемый объем продаж – 3-4, в среднем 3,5 автомобиля в неделю, в день – 0,5 автомобилей. Средняя цена – 10 000 рублей. В месяц 26 рабочих дней, шестидневная рабочая неделя. Из чего рассчитываем объем продаж в месяц – 0,5 \* 26 =13 машин, что в денежном выражении составит – 13 \* 10 000 = 130 000 руб. В год – 130 000 \* 12 = 1 560 000 руб.

Для расширения и стабильного развития предприятия используют методы стимулирования сбыта, внедрение инновации в процессе производства, иначе услуга не будет конкурентоспособной. В отрасли автосервиса присуще совершенная конкуренция, то есть достаточное количество стойких, устоявшихся конкурентов. Поэтому необходимо использовать все возможные средства устранения, отстранения от лидирующих позиций конкурентов. Стартовый капитал открываемого предприятия – 1 000 000 руб.

Производственная мощность автосервиса – 3-4 автомобиля в неделю, то есть в месяц 13 автомобилей в месяц.

Наиболее конкурентоспособными предприятиями являются те предприятия, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. Для эффективности деятельности каждой службы и отдельно каждого сотрудника будут использоваться материальные поощрения, и премии за перевыполнение плана в процентном соотношении пропорциональной перевыполнению плана.

Сегментирование рынка - это разделение рынка на отдельные сегменты, различающиеся возможностями рынка того или итого товара производителя.

Сегмент рынка - это часть рынка, группы потребителей услуг, обладающих определенными сходными признаками и существенно отличающихся от всех других групп и секторов рынка.

Цель сегментирования - выявить у каждой группы покупателей сравнительно однородные потребности в товаре и в соответствии с этим сориентировать товарную, сбытовую политику организации.

Основные цели сегментирования:

1. определение характеристик, которые должно иметь товар, услуга.

2. определение групп основных потребителей предоставляемых услуг.

При предоставлении услуг по кузовному ремонту предприятие ориентируется на:

Категории людей имеющих автомобиль;

На водителей в возрасте от 18 до 32 лет;

На потребителей заработная плата которых более 15 000 руб. в месяц.

При реализации услуг предприятие опирается на рынок потребителей городского округа города Октябрьского, Туймазинского района, ближайшие города Республики Татарстан и на случайных проезжих которым понадобилась помощь.

В данном городе основными конкурентами являются – ИП Валиуллин, Заитово, Космонавтов 15 и организация «Лев» расположенная по адресу Кооперативная 68. Предприятия существуют довольно долгое время и являются вполне сильными, устоявшими конкурентами.

Емкость рынка по данным Башкирского комитета статистики по городскому округу города Октябрьска составляет – 4 200 000 руб.

Рассчитаем долю рынка открываемого предприятия – 1 560 000 \* 100% / 4 200 000 = 37,14 %.

В будущем рассматриваются мероприятия на увеличение ассортимента предоставляемых услуг - внедрение в ассортимент технического обслуживания и осмотра автомобилей, ремонт двигателей, замена, накачка, и подбор шин, то есть развитие в сторону шиномонтажа.

**2.4 Экономика предприятия**

Здесь раскрыты экономические и финансовые характеристики деятельности открываемого автосервиса.

Стартовый капитал предприятия составляет 1 000 000 руб. В него входят:

Основные фонды в виде:

Машинка для полировки и шлифовки – 3 800 руб.

Электрогазосварочный аппарат - 28 300 руб.

Краскораспылитель(2 шт) – 4 320 руб.

Компрессор – 10 045 руб.

Сушильная камера – 33 320 руб.

Агрегат для резки металла – 8 000 руб.

Лучковая пила(2 шт) – 6 000 руб.

Лобзик – 3 000 руб.

Компьютер – 30 000 руб.

Итого стоимость основных фондов – 126 785 руб.

Оборотный капитал предприятия включает в себя:

Моющие средства – 8 000 руб.

Обезжиривающие средства – 2 600 руб.

Ветошь – 7 000 руб.

Абразивная бумага – 4 500 руб.

Аэрографическая краска – 5 000 руб.

Автомобильная краска – 5 000 руб.

Лак – 5 000 руб.

Полировочный валик – 7 500 руб.

Средства защиты – 5 000 руб.

Итого стоимость оборотного капитала составила – 49 600 руб.

Так же в сумму стартового капитала внесены постоянные расходы :

Годовая арендная плата в размере 3 000 \* 12 = 36 000 руб.

И переменные расходы. Переменные затраты – не изменяются на единицу выпуска, но изменяются на весь выпуск пропорционально изменению объема выпуска. К ним относится сумма заработной платы, которая распределилась между:

Администратор (хозяин) – 10 000 руб.

Механик – 10 500 руб.

Слесарь – 9 000 руб.

Сварщик – 9 000 руб.

Специалист по покраске и шлифовке – 15 000 руб.

Дизайнер – 7 000 руб.

Итого фонд заработной платы составляет в месяц 60 500 руб. в год – 726 000 руб.

Затраты на коммунальные услуги – 13 000 руб.

Затраты на свет – 15 000 руб.

Затраты на газ – 18 615 руб.

Затраты на рекламу – 10 000 руб.

Резервы на непредвиденные расходы – 5 000 руб.

Предполагаемый объем продаж – 4-5, в среднем 4,5 автомобиля в неделю, в день – 0,9 автомобилей. Средняя цена – 10 000 рублей. В месяц 26 рабочих дней, шестидневная рабочая неделя. Из чего рассчитываем объем продаж в месяц – 0.9 \* 26 =24 машин. Объем продаж в год – 24 \* 12 = 288 услуг. Выручка от реализации услуг – 24 \* 10 000 = 240 000 руб. В год – 240 000 \* 12 = 2 880 000 руб.

Валовая прибыль предприятия = выручка от реализации услуг – себестоимость услуг.

Себестоимость услуг в год:

С = 2 880 000 \* 60%= 1 728 000 руб.

Валовая прибыль = 2 880 000 – 1 728 000 = 1 152 000 руб.

Операционная прибыль = валовая прибыль годовая – Переменные затраты в месяц

Операционная прибыль = 1 152 000 – 63 500 = 1 088 500 руб.

Эффективность деятельности предприятия отражают с помощью показателя рентабельности предприятия.

Рентабельность предприятия = валовая прибыль / стартовый капитал \* 100%

R = 1 152 000 / 1 000 000 \* 100 % = 115,2%

Данный показатель на высоком уровне так как в деятельности предприятия рассматриваются инновационные технологии которые требуют наименьших затрат. Расчет достижения точки безубыточности.

Q\*н = Q\*fc/(Ц-Vc), (2.4.1)

Где Q\*н – безубыточный объем продаж в натуральном выражении;

Q – объем продаж;

fc – постоянные затраты;

Ц – цена одной продукции;

Vc – переменные затраты.

Цср = 10 000 руб.

Себестоимость одной услуги = 10 000 \* 60% = 6 000 руб.

fc = С\*40% = 2 400 руб.

Vc = С\*60% = 3 600 руб.

Q = 288 услуг.

Q\*н = 288 \* 2 400 / (10 000 – 3 600) = 108 услуг.

Q\*руб = Q\*н \* Ц, (2.4.2)

Где Q\*руб – безубыточный объем продаж в денежном выражении.

Q\*руб = 108 \* 10 000 = 1 080 000 руб.

Достижение точки безубыточности изображено на графике приложение 1.

Срок окупаемости – отношение затрат к прибыли.

Срок окупаемости = 818 615 / 1 152 000 = 0,7

То есть автосервис окупит затраты в течении семи месяцев.

**2.5 План маркетинга**

Ма́рке́тинг (от англ. marketing — продажа, торговля на рынке) — управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации как единым комплексным процессом.

Основные функции отдела маркетинга фирмы:

Позиционирование товара на рынке;

Разработка комплекса маркетинга включает разработку товаров, установление цен на товары, выбор методов распространения товаров и стимулирование сбыта товаров;

Реализация маркетинговых мероприятий обеспечивается разработкой стратегических планов и контролем за их выполнением.

Существует пять основных подходов, на основе которых коммерческие организации осуществляют управление своей маркетинговой деятельностью: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга и концепция социально-этичного маркетинга. Эти концепции формировались в различные периоды развития рыночной экономики. Общая тенденция развития маркетинга — перенос акцента с производства и товара на коммерческие усилия, на потребителя и все большая ориентация на проблемы потребителя и социальной этичности.

Концепция автосервиса - концепция социально-этичного маркетинга. Что же такое этичность, этика? Этика - философское исследование сущности, целей и причин морали и нравственности.

Открываемое предприятие в соответствии со своей концепцией будет следить за этикой и эстетикой сотрудников, за внешним и внутренним видом предприятия, за поведением сотрудников на работе и внерабочее время.

В маркетинге основную, главную роль играет стратегия предприятия. Стратегия, как способ действий, становится необходимой в ситуации, когда для прямого достижения основной цели недостаточно наличных ресурсов. Задачей стратегии является эффективное использование наличных ресурсов для достижения основной цели. Тактика является инструментом реализации стратегии и подчинена основной цели стратегии. Стратегия достигает основной цели через решение промежуточных тактических задач по оси «ресурсы-цель»

Существует несколько основных стратегий выхода на рынок. Для выхода на рынок предприятие воспользуется стратегией проникновения на рынок. Ценовая стратегия открываемого предприятия опирается в первую очередь на стратегию проникновения на рынок, предоставляемые услуги в короткие сроки внедряется на рынок, предприятие становится узнаваемым и популярным. Так же применятся стратегия следования за лидером, то есть за счет приемлемой цены забирает часть потребителей у фирмы лидера.

Так же в плане маркетинга описывается миссия предприятия. Миссия - одно из основополагающих понятий стратегического управления. Разные учёные давали различные формулировки миссии.

«Миссия — это основное предназначение, смысл существования организации, выраженный через те выгоды, которая организация несёт заинтересованным сторонам, в основном — клиентам».

«Миссия — это основная общая цель организации — четко выраженная причина ее существования. Цели вырабатываются для осуществления этой миссии» (Майкл Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури).

«Миссия — это философия и предназначение, смысл существования организации» (Виханский О. С.).

Миссия организации определяется на этапе становления организации и редко меняется. Миссией автосервиса является предоставление качественных и по ценам доступных услуг, и получения дохода от их предоставления.

Имидж - искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия.

Имидж открываемого предприятия опирается на достижения доверия потребителей, на постепенном проникновении на рынок, получение своей доли рынка.

Философия предприятия - достижение целей на безопасных, законных и экономически эффективных действиях. Внешняя - должно удовлетворение потребностей клиентов.

Для достижения определенного уровня продаж услуг начинающему предприятию нужно провести ряд маркетинговых исследований нацеленных на сегменты или потребителей продукции или услуг. После этого нужно провести ряд мероприятий по рекламированию предприятия и популяризации продукта

Рынок сбыта предоставляемых услуг - городской округ города Октябрьского, Туймазинский район, ближайшие города Республики Татарстан и случайные проезжие, которым понадобилась помощь.

Предполагаемый объем продаж – 4-5, в среднем 4,5 автомобиля в неделю, в день – 0,9 автомобилей. Средняя цена – 10 000 рублей. В месяц 26 рабочих дней, шестидневная рабочая неделя. Из чего рассчитываем объем продаж в месяц – 0.9 \* 26 =24 машин. Объем продаж в год – 24 \* 12 = 288 услуг. Выручка от реализации услуг – 24 \* 10 000 = 240 000 руб. В год – 240 000 \* 12 = 2 880 000 руб.

Выход предприятия на рынок будет осуществляться с помощью проникновения данных услуг на рынок потребителей с помощью рекламы.

Реклама — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке

Виды рекламы используемые на предприятии:

Радио (ролики, реже «джинса» — «на правах рекламы»).

Печатная (различают рекламу в прессе и прочую: принты, листовки, наклейки, визитки).

Интернет-реклама (текстовые блоки, баннеры, контекстная реклама, реклама в блогах, реклама на карте)

Наружная.

Радио охватывает категории людей, которым по каким-либо причинам не доступно телевидение и пресса, например, автомобилистов, дачников и отдыхающих на природе. По статистике, треть всех радиопередач слушается вне дома. Мобильность, гибкость и дешевизну радио высоко ценят рекламодатели. Эффективность минутного радиоспота составляет примерно 75 процентов эффективности стандартного 30-секундного телеролика. Притом, что цена радиорекламы гораздо меньше цены на телевизионную рекламу.

Реклама в прессе, наряду с рекламой на телевидении, продолжает пользоваться огромной популярностью среди рекламодателей. Согласно многочисленным исследованиям, человек лучше всего воспринимает информацию в письменном виде. К тому же данный вид рекламы имеет ряд преимуществ.

Реклама в интернете- реклама, которая позволяет охватить более обширный круг потенциальных потребителей. Потому что само место размещения рекламы – интернет - глобальная телекоммуникационная сеть информационных и вычислительных ресурсов. Служит физической основой для Всемирной паутины.

Наружная реклама - это рекламные носители в виде щитов, вывесок, указателей, перетяжек, витрин, козырьков, световых установок на зданиях и улицах города. Такая реклама обычно содержит лаконичный запоминающийся текст и рисунок, так как продолжительность контакта с таким носителем, как правило, невелика.

**2.6 План технической доработки продукта, услуг по кузовному ремонту автомобилей**

Для реализации услуг по кузовному ремонту автомобилей предприятию необходимы основные и оборотные средства, к которым относятся:

Машинка для полировки и шлифовки

Электрогазосварочный аппарат

Краскораспылители

Компрессор

Сушильная камера

Агрегат для резки металла

Лучковая пила

Лобзик

Компьютер

Моющие средства

Обезжиривающие средства

Ветошь

Абразивная бумага

Аэрографическая краска

Автомобильная краска

Лак

Полировочный валик

Средства защиты

Все это будет участвовать в производственном процессе, поэтому необходимо следить за качеством сырья, материалов, оборудования, а так же следить за квалификацией персонала автосервиса, ведь именно эти люди будут предоставлять данные услуги. Первым делом предполагается взять в аренду помещение-гараж площадью 30 квадратных метров, по адресу РБ, г.Октябрьский, улица Северная, 21/1. Далее проведем работы по ремонту помещения – покраска стен, установка неоновых ламп. Установка наружной рекламной вывески. Далее будет произведена закупка и установка необходимого оборудования (в г.Казань, ул.Комарова 40, магазин «Техно»), покупка различного сырья ( предполагается осуществить покупку в РТ, г.Казани, супермаркет «Мега»). После проведения данных процедур необходимо провести рекламную компанию несущую информацию об открытии автосервиса. Далее нанять трудовые ресурсы и провести рекламную акцию по поводу открытия предприятия.

Современный кузовной ремонт автомобиля, представляет собой сложную цепочку работы всего персонала автосервиса. Он подразумевает применение специального оборудования такого как электрогазосварочный аппарат, компрессор, сушильная камера и т.д. Для качественного проведения ремонта кузова, необходимо обладать справочной информацией, необходимым оборудованием и конечно опытным персоналом.

Стоимость ремонта напрямую зависит от многих факторов, таких как: используемое оборудование и материалы, квалификация персонала и арендной платы за помещение. Разброс цен на качественный кузовной ремонт на самом деле не такой сильный, как может показаться и колеблется в небольшом диапазоне. В среднем сегодня стоимость ремонта и покраска одной детали с материалами колеблется в районе 3 000 – 17 000 руб. Предприятие старается придерживаться средних рыночных цен, при максимально высоком качестве производимых работ.

В автосервисе будет применяться метод беспокрасочного удаления вмятин. Этот метод дает возможность выравнивать деформации кузова, полученные от удара, механических повреждений, неаккуратном открытии дверей автомобиля во время парковки. Отличительной чертой беспокрасочного удаления вмятин является то, что все зависит от персонала автосервиса, работающего со специальным инструментом разной конфигурации, длины и толщины.

Бампер это элемент кузова, который чаще других страдает при авариях и ежедневной эксплуатации. Открываемое предприятие оказывает услуги по ремонту бамперов и восстановлению деталей. Ремонт бамперов - это экономически обоснованная операция, так как новый бампер на современный автомобиль стоит дорого. Следовательно зачем покупать новый если за 3 000 – 5 000 руб. можно отремонтировать старый.

Несильные повреждения, при ремонте которых не требуется применения специального оборудования, а достаточно набора жестянщика можно определить как жестяные работы. При таком ремонте, как правило, производится демонтаж поврежденной детали, производится ремонт, и покраска детали после этого она ставится на место. К легким притёртостям и царапинам можно применить локальный ремонт кузова, такие работы проводятся без демонтажа деталей с автомобиля.

Полная и локальная покраска автомобиля. Опрятный и презентабельный внешний вид любого автомобиля придает его лакокрасочное покрытие. От качества покраски зависит, как долго будет радовать глаз автомобиль своего хозяина. Не стоит экономить на этой ответственной операции, так как дешевые материалы и некачественная покраска автомобиля всегда бросаются в глаза. Качество покраски автомобиля так же влияет на стоимость автомобиля при его продаже.

Покраска кузова автомобиля целиком. Когда заходит речь о перекраске автомобиля целиком всегда возникает много вопросов, касательно стоимости покраски, сколько необходимо материалов, времени и т.д. На вопрос, сколько стоит перекрасить кузов автомобиля целиком или часто встречающееся выражение "облить" целиком, ответить очень сложно. На конечную стоимость влияет много факторов, а цена покраски кузова целиком в среднем колеблется от 60 000 руб. до 150 000 руб. При оценке покраски автомобиля целиком, предприятие исходит из расчета оценки каждой детали отдельно. Очень часто оказывается, что полная покраска не требуется.

Покраска деталей - капота, дверей, бампера, крыла, дисков. Чаще всего при кузовном ремонте, требуется покрасить 2-3 детали. Это обычно бампер, крыло и капот. При таком ремонте детали, как правило, снимают с автомобиля, производятся жестяные работы, после окраска деталей и сушка в камере, затем сборка и полировка. Такой ремонт занимает 2-4 дня.

Локальная покраска. В последнее время локальная покраска стала очень популярна, и это обоснованно. Открываемое предприятие будет заниматься локальной покраской и локальным ремонтом со открытия.

На производимые работы предоставляется гарантия - 6 месяцев. Одно из условий поврежденная деталь ранее нигде не ремонтировалась. Это связанно с тем, что предприятие не можем знать, как ремонтировалась деталь ранее.

**2.7 План производства**

От места расположения организации зависит основной успех организации, прибыльность и рентабельность предприятия. Предприятие предполагается открыть в Республике Башкортостан, городе Октябрьском, улица Северная 21/1. Взяв гараж в аренду площадью в 30 квадратных метров. 30 квадратных метров помещения включают в себя – помещение для ремонта автомобилей, то есть непосредственно производственное помещение площадью в 24 квадратных метров и помещение под офис площадью в 6 квадратных метров. В процессе расширения первым пунктом в планах является расширение площадей предприятия.

Почему именно Северная 21/1? Среди всех остальных причин главной при выборе данного места является расположенность ее на трассе. Что позволяет рассчитывать на проезжающих которым нужна помощь специалистов. Так же фактором можно назвать то что на данной улице бесперебойный поток машин которые обеспечат «сарафанное радио», так как у трассы будет расположен яркий баннер с наименование предприятия и это будет неплохой рекламой.

Предполагается открыть предприятие к 13 Сентябрю 2010 года, до открытия оформить аренду помещения, закупить и установить оборудование, оформить лицензию на предоставление данного вида услуг, зарегистрироваться в налоговой инспекции, открыть счет в банке, это все предполагается сделать с 30 августа по 13 сентября 2010 года.

По предварительным прогнозам объем продаж составит – 4-5, в среднем 4,5 автомобиля в неделю, в месяц – 0.9 \* 26 =24 машин. Объем продаж в год – 24 \* 12 = 288 услуг. Выручка от реализации услуг по минимальным расчетам – 24 \* 10 000 = 240 000 руб. В год – 240 000 \* 12 = 2 880 000 руб.

Объемы реализации услуг учитываются в минимальных размерах, для снижения риска не получения прогнозируемой прибыли и роста незапланированных затрат.

Трудовыми ресурсами предприятия будут - администратор (хозяин) механик, слесарь, сварщик, специалист по покраске и шлифовке, дизайнер. При найме трудовых ресурсов необходимо учитывать квалификацию и стаж специалиста, и лично проводить беседу с каждым желающим устроиться на работу. Далее в процессе предоставления услуг, в процессе деятельности предприятия всегда использовать мотивацию в отношении сотрудников и желательно мотивировать материально.

При аренде помещения под автосервис необходимо учитывать то, что размещение автосервиса в жилых домах и общественных зданиях не разрешается, помещение автосервиса должно иметь централизованную подводку воды и в обязательном порядке быть канализированными, соответствовать всем требованиям пожарной безопасности, необходимо следить за температурой и влажностью воздуха в помещении при производстве услуг и должна соблюдаться эстетика на предприятии.

В отношении налогообложения предприятия будет применяться упрощенная система налогообложения согласно п 2 ст. 346.13 НК РФ, вновь созданная организация и вновь зарегистрированный индивидуальный предприниматель вправе подать заявление о переходе на упрощенную систему налогообложения в пятидневный срок с даты постановки на учет в налоговом органе, указанной в свидетельстве о постановке на учет в налоговом органе. Поскольку постановка на налоговый учет при создании организации производится самим налоговым органом в рамках процедуры регистрации организации, дата постановки на налоговый учет, как правило, заранее налогоплательщику неизвестна. Поэтому, чтобы не пропустить установленный срок, рекомендуем подавать заявление о применении упрощенной системы одновременно (в день сдачи) с подачей документов на государственную регистрацию организации.

**2.8 Управленческая команда**

Термин "организационная структура" сразу же вызывает в нашем воображении двумерную древовидную схему, состоящую из прямоугольников и соединяющих их линий. Эти прямоугольники показывают выполняемую работу и круг обязанностей и, таким образом отображают разделение труда в организации. Относительное положение прямоугольников и соединяющие их линии показывают степень подчинения. Рассмотренные соотношения ограничены двумя измерениями: вверх - вниз и поперек, так как мы оперируем с ограниченным допущением, согласно которому организационная структура должна быть представлена на двумерной схеме, вычерчиваемой на плоской поверхности.

Организационная структура управления – это одно из главных понятий в менеджменте предприятия, тесно связанное с целями, функциями, процессом управления, работой менеджеров и распределением между ними полномочий.

Организационная структура предприятия это тот каркас, на котором держится весь процесс управления и деятельности фирмы.

В автосервисе будет линейная структура управления. То есть главным будет хозяин – администратор, которому непосредственно будет подчиняться каждый сотрудник (схема 2.8.1).

Схема 2.8.1 Организационная структура автосервиса

*Администратор*

*Самиков А.Ф.*

*Механик*

*Сварщик*

*Слесарь*

*Специалист*

*по покраске и шлифовке*

*Дизайнер*

Линейная структура управления является простейшей, сущность которой состоит в том, что управляющие воздействия на объект могут передаваться только одним доминантным лицом - руководителем, получающий официальную информацию только от своих, непосредственно ему подчиненных лиц, принимает решения по всем вопросам, относящимся к руководимой им части объекта, и несет ответственность. Другими словами все функции управления и подчинения сосредотачиваются у руководителя, создается вертикальная линия управления и прямой путь воздействия на подчиненных.

Данный тип организационной структуры управления применяется в условиях функционирования мелких предприятий с неотложным производством при отсутствии у них разветвленных кооперированных связей с поставщиками, потребителями и т.д. Настоящая структура используется в системе управления производственными участками, отдельными небольшими цехами, фирмами одной или несложной технологии.

Преимуществом линейной структуры является простота применения. Все обязанности и полномочия четко распределены, в связи с чем создаются все необходимые условия для оперативного процесса принятия решений, для поддержания необходимой дисциплины в коллективе. Кроме этого, повышение ответственности руководителя за результаты деятельности возглавляемого им подразделения, получение исполнителями увязанных между собой распоряжений и заданий, обеспеченными ресурсами и личная ответственность за конечные результаты деятельности своего подразделения.

Среди недостатков отмечается жесткость, негибкость, неприспособленность к дальнейшему росту и развитию предприятия. Линейная структура ориентирована на большой объем информации, передаваемой от одного уровня управления к другому, ограничение инициативы у работников низших уровней управления.

Структура предъявляет очень высокие требования к руководителю, который должен иметь обширные разносторонние знания и опыт по всем функциям управления и сферам деятельности, осуществляемым подчиненными работниками, что ограничивает масштаб возглавляемого подразделения и возможности руководителя более эффективно им управлять.

Администратор автосервиса – Индивидуальный Предприниматель – Самиков А.Ф. Должностные инструкции администратора.

Администратор обязан:

Налаживать связи с потенциальными потребителями услуг;

Налаживать связи с поставщиками сырья и материалов;

Нанимать сотрудников на предприятие;

Разъяснять права и обязанности каждому сотруднику;

Своевременно выплачивать заработную плату;

Следить за качеством предоставляемых услуг;

Средняя заработная плата администратора 10 000 руб. на открываемом предприятии так же выдерживается данный уровень.

Трудовые ресурсы предприятия будут наниматься следующим образом

Анкетирование желающих устроиться на работу;

Отбор наиболее подходящих анкет;

Собеседование с лицами чьи анкеты были отобраны, в следствии чего будет определяться принят человек на работу или нет.

Премиальный план предусматривается на предприятии, он зависит от увеличении объема фактически полученной прибыли от плановой за отчетный период.

**2.9 Общее расписание по созданию предприятия**

Этот раздел обязателен при создании нового предприятия и возможен на действующей фирме при наличии намерений к расширению производства.

Расписание — вид календаря (т.е., упорядоченность по времени), для которого указана информации о предстоящих (планируемых) событиях.

30.08.2010г. – начало оформления:

Лицензии;

Аренды помещения;

Регистрации в налоговой инспекции;

Открытие счета в банке.

Покупка и установка необходимого оборудования.

На эти операции отводится срок с 30 августа по 13 сентября 2010 года.

13.09.2010г. – начало функционировании автосервиса.

13.04.2011г. – предприятие окупит стартовый капитал, достигнет точку безубыточности и начнет функционировать на себя.

Достижение договоренности с предполагаемыми контрагентами на входе и выходе в бизнес.

Контрагентами на входе в бизнес будут являться поставщики сырья, материалов и оборудования – магазин «Техно» РТ, г.Казань, ул.Комарова 40 – поставщик необходимого оборудования, и супермаркет «Мега» находящийся так же в городе Казань – поставщик сырья и материалов.

Контрагентами при выходе в бизнес являются потенциальные потребители. Это сегменты рынка на которые опирается автосервис при предоставлении услуг в сфере кузовного ремонта, это на:

Категории людей имеющих автомобиль;

На водителей в возрасте от 18 до 32 лет;

На потребителей заработная плата которых более 15 000 руб. в месяц.

В процессе развития автосервиса рассматривается первым делом увеличение производственных площадей, а уже после расширение ассортимента. Ввод в ассортимент таких услуг как шиномонтаж, и возможность приобрести необходимые запчасти для легковых автомобилей разных моделей, отечественного и импортного производства.

**2.10 Оценка риска**

По воле случая фактический доход от инвестиций всегда будет отклоняться от ожидаемого. Отклонение включает возможность потери некоторых или всех первоначальных инвестиций.

Риск [греч. risikon — утес] — возможная опасность какого-либо неблагоприятного исхода.

Риск — сочетание вероятности и последствий наступления неблагоприятного события;

Риск — характеристика ситуации, имеющей неопределенность исхода, при обязательном наличии неблагоприятных последствий.

Также открывая предприятие имеется риск который связан с тем что мы не знаем что будет завтра.

Стартовый капитал предприятия составляет 1 000 000 руб.

Предполагаемый объем продаж – 4-5, в среднем 4,5 автомобиля в неделю, в день – 0,9 автомобилей. Средняя цена – 10 000 рублей. В месяц 26 рабочих дней, шестидневная рабочая неделя. Из чего рассчитываем объем продаж в месяц – 0.9 \* 26 =24 машин. Объем продаж в год – 24 \* 12 = 288 услуг. Выручка от реализации услуг – 24 \* 10 000 = 240 000 руб. В год – 240 000 \* 12 = 2 880 000 руб.

При предоставлении услуг по кузовному ремонту предприятие ориентируется на:

Категории людей имеющих автомобиль;

На водителей в возрасте от 18 до 32 лет;

На потребителей заработная плата которых более 15 000 руб. в месяц.

При реализации услуг предприятие опирается на рынок потребителей городского округа города Октябрьского, Туймазинского района, ближайшие города Республики Татарстан и на случайных проезжих которым понадобилась помощь.

При открытии автосервиса проблемы и рисковые ситуации:

1. Риск траты всей наличности до получения заказов и их реализации.

2. Риск снижения цен из за действия конкурентов.

В данном городе основными конкурентами являются – ИП Валиуллин, Заитово, Космонавтов 15 и организация «Лев» расположенная по адресу Кооперативная 68. Предприятия существуют довольно долгое время и являются вполне сильными, устоявшими конкурентами.

Основным конкурентными преимуществами открываемого автосервиса является:

нацеленность именно на кузовной ремонт;

низкие сроки выполнения заказов;

приемлемые цены.

3. Риск превышения запланированных уровней затрат, в них входят, увеличение стоимости коммунальных услуг, электричества, газа, оборотных средств.

4. Риск оказаться без наличности после массового поступления заказов - является критическим для предприятия.

Оценка опасности не достижения поставленных целей по стадиям открытия предприятия:

1. Стадия создания предприятия - с 30.08.2010 года - в которую входят – начало оформления: лицензии; аренды помещения; регистрации в налоговой инспекции; открытие счета в банке. Покупка и установка необходимого оборудования.

На данной стадии риск минимальный, возможен только в случае чрезвычайных ситуаций.

2. Стадия достижения договоренности с контрагентами на входе и выходе в бизнес - риск небольшой, для его устранения рассматривается проведение периодических рекламных компаний.

3. Стадия начала производства и получения первых заказов.

Реализация первых услуг прогнозируется с 13.09.2010. на данной стадии самая высокая доля риска, для устранения отрицательного действия его рассматривается расширение ассортимента предоставляемых услуг.

Оценка доли риска на определенной стадии жизненного цикла предприятия отражена в таблице 2.10.2.

Таблица 2.10.2 Оценка рисков проекта

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Стадии | Доля | Исходная оценка | Уточненная оценка |
| Подготовительная | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Ремонтная  | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| ФункционированияВ том числе:Финансово-экономическаяСоциальнаяТехническая | 0,80,40,20,2 | 0,80,40,20,2 | 0,80,40,20,2 |
| Всего | 1,0 | 1,0 | 1,0 |

Для того, чтобы предотвратить возникновение рисковых ситуаций необходимо проведение следующих мероприятий , описанных в таблице 2.10.3

Таблица 2.10.3 Пути снижения рисков.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование риска | Мероприятия по снижению отрицательных воздействий риска |
| Риск траты всей наличности до получения заказов | Предоставление дополнительных услуг |
| Риск снижения цен из-за действия конкурентов | Акции, рекламная деятельность |
| Риск превышения запланированных уровней затрат | Время от времени пересматривать и корректировать финансовые планы организации |
| Риск оказаться без наличности массового поступления заказов | Расширение производственных площадей автосервиса, да и самого предприятия в целом. |
| Социальный риск | Использование мотивации труда материальными поощрениями |

В данном пункте бизнес-плана определяются все рисковые ситуации на каждой стадии жизненного цикла предприятия и разрабатываются мероприятия по уменьшению отрицательного воздействия риска.

**2.11 Финансовый план**

Для начала функционирования предприятию необходимы основные фонды предприятия, закупка которых обойдется на 126 785 руб. В эту сумму входят затраты на:

Машинка для полировки и шлифовки – 3 800 руб.

Электрогазосварочный аппарат - 28 300 руб.

Краскораспылитель(2шт) – 4 320 руб.

Компрессор – 10 045 руб.

Сушильная камера – 33 320 руб.

Агрегат для резки металла – 8 000 руб.

Лучковая пила(2шт) – 6 000 руб.

Лобзик – 3 000 руб.

Компьютер – 30 000 руб.

Оборотный капитал (запасы) предприятия включает в себя:

Моющие средства – 8 000 руб.

Обезжиривающие средства – 2 600 руб.

Ветошь – 7 000 руб.

Абразивная бумага – 4 500 руб.

Аэрографическая краска – 5 000 руб.

Автомобильная краска – 5 000 руб.

Лак – 5 000 руб.

Полировочный валик – 7 500 руб.

Средства защиты – 5 000 руб.

Итого стоимость оборотного капитала составила – 49 600 руб.

В расходы будущих периодов входят:

Переменные затраты – не изменяются на единицу выпуска, но изменяются на весь выпуск пропорционально изменению объема выпуска. К ним относится сумма заработной платы, которая распределилась между:

Администратор (хозяин) – 10 000 руб.

Механик – 10 500 руб.

Слесарь – 9 000 руб.

Сварщик – 9 000 руб.

Специалист по покраске и шлифовке – 15 000 руб.

Дизайнер – 7 000 руб.

Итого фонд заработной платы составляет в месяц 60 500 руб. в год – 726 000 руб.

Затраты на коммунальные услуги – 13 000 руб.

Затраты на свет – 15 000 руб.

Затраты на газ – 18 615 руб.

В статью баланса «денежные средства» входят:

Годовая арендная плата составит 3 000 \* 12 = 36 000 руб.

Затраты на рекламу – 10 000 руб.

Резервы на непредвиденные расходы – 5 000 руб.

Стартовый капитал предприятия будет сформирован кредитом на 2 года в размере 1 000 000 руб. то есть долгосрочные займы предприятия составят 1 000 000 руб.

Эффективность использования заемных средств (рентабельность капитала) определяется путем отношения валовой прибыли к сумме заемных средств. То есть R кап = 1 152 000 / 1 000 000 \* 100 % = 115,2%.

Рентабельность предприятия равна рентабельности капитала, потому что в стартовом капитале автосервиса заемные средства составляют 100 процентов.

Себестоимость одной услуги = 10 000 \* 60% = 6 000 руб. в нее входят постоянные и переменные издержки предприятия

fc – постоянные затраты = С\*40% = 2 400 руб.;

Vc – переменные затраты = С\*60% = 3 600 руб.

Себестоимость услуг в год составит 60% от выручки, то есть

С = 2 880 000 \* 60%= 1 728 000 руб.

Коэффициент ликвидности- это отношение текущих активов к текущим обязательствам.

Клик = 873 215 / 1 000 000 = 0,87

Чистая прибыль предприятия равна валовой прибыли, то есть составит 1 152 000 руб. Чистый доход предприятия на одну услугу составит 1 152 000 / 288 = 4 000 руб.

Все показатели финансовой устойчивости предприятия отражены в бухгалтерском балансе предприятия и в отчета о прибылях и убытках – Приложение 2.

**2.12 Предложения по уровню финансирования**

Для открытия автосервиса по профилю кузовной ремонт автомобилей понадобится 1 000 000 руб. Предполагается взять кредит в ООО «Банк УралСиб», под 16% годовых, и за пользование денежными средствами 4% в год, в общем получается 20% годовых. Кредит предусматривается брать на 2 года.

К возврату в банк подлежит сумма в размере – 1 000 000 руб. основного долга и 20% годовых, то есть – 400 000 руб. Общая сумма составит 1 400 000 руб. ежемесячная выплате подлежит сумма в 58 334 руб. И после выплаты 1 400 000 руб. предприятие будет полностью финансово свободно и будет работать на обеспечение своей финансовой устойчивости и эффекта от деятельности предприятия.

**3. ИСПОЛНИТЕЛЬНОЕ РЕЗЮМЕ**

В курсовом проекте рассматривается разработка и реализация бизнес идеи по открытию автосервиса который будет реализовать услуги по кузовному ремонту автомобилей.

Предоставление данного вида услуг на рынок позволит потенциальным потребителям, то есть лицам потерпевшим дорожно-транспортное происшествие или просто пожелавшим поменять внешний вид автомобиля быстро и качественно реализовать свои потребности.

Предприятие предполагается открыть в Республике Башкортостан, городе Октябрьском, улица Северная 21/1. Взяв гараж в аренду площадью в 30 квадратных метров. На предприятии рассматривается использование инновационного оборудования, качественного сырья и материалов, и обеспечение должного уровня образования и опыта специалистов, входящих в трудовые ресурсы предприятия.

В данном городе основными конкурентами являются – ИП Валиуллин, Заитово, Космонавтов 15 и организация «Лев» расположенная по адресу Кооперативная 68. Предприятия существуют довольно долгое время и являются вполне сильными, устоявшими конкурентами.

Стратегия реализации бизнес-плана.

Стратегия открываемого автосервиса:

1. рациональное использование финансовых и материальных ресурсов имеющихся в наличии;

2. аренда помещения – гаража, площадью в 30 квадратных метров, под автосервис;

3. оснащение помещения оборудованием и минимальное оснащение мебелью.

4. наем трудовых ресурсов на предприятие;

5. расчет заработной платы, и режима работы автосервиса.

6. проведение рекламной компании.

7. получение запланированных результатов от деятельности предприятия.

Ценовая стратегия открываемого предприятия опирается в первую очередь на стратегию проникновения на рынок, предоставляемые услуги в короткие сроки внедряется на рынок, предприятие становится узнаваемым и популярным. Так же применятся стратегия следования за лидером, то есть за счет приемлемой цены забирает часть потребителей у фирмы лидера.

Рынок сбыта предоставляемых услуг - городской округ города Октябрьского, Туймазинский район, ближайшие города Республики Татарстан и случайные проезжие, которым понадобилась помощь.

Предполагаемый объем продаж – 4-5, в среднем 4,5 автомобиля в неделю, в день – 0,9 автомобилей. Средняя цена – 10 000 рублей. В месяц 26 рабочих дней, шестидневная рабочая неделя. Из чего рассчитываем объем продаж в месяц – 0.9 \* 26 =24 машин. Объем продаж в год – 24 \* 12 = 288 услуг. Выручка от реализации услуг – 24 \* 10 000 = 240 000 руб. В год – 240 000 \* 12 = 2 880 000 руб.

Менеджмент — рациональное управление современным производством, тесно связанное с улучшением организации на основе постоянного внедрения новых принципов, форм, структур и методов управления с целью повышения эффективности производства, бизнеса. Основная цель менеджмента — достижение высокой эффективности производства, лучшего использования ресурсного потенциала предприятия, фирмы, компании.

Для расширения и стабильного развития предприятия используют методы стимулирования сбыта, внедрение инновации в процессе производства, иначе услуга не будет конкурентоспособной. В отрасли автосервиса присуще совершенная конкуренция, то есть достаточное количество стойких, устоявшихся конкурентов. Поэтому необходимо использовать все возможные средства устранения, отстранения от лидирующих позиций конкурентов. Стартовый капитал открываемого предприятия – 1 000 000 руб.

Производственная мощность автосервиса – 3-4 автомобиля в неделю, то есть в месяц 13 автомобилей в месяц.

Сегментирование рынка - это разделение рынка на отдельные сегменты, различающиеся возможностями рынка того или итого товара производителя.

Сегмент рынка - это часть рынка, группы потребителей услуг, обладающих определенными сходными признаками и существенно отличающихся от всех других групп и секторов рынка.

При предоставлении услуг по кузовному ремонту предприятие ориентируется на:

Категории людей имеющих автомобиль;

На водителей в возрасте от 18 до 32 лет;

На потребителей заработная плата которых более 15 000 руб. в месяц.

При реализации услуг предприятие опирается на рынок потребителей городского округа города Октябрьского, Туймазинского района, ближайшие города Республики Татарстан и на случайных проезжих которым понадобилась помощь.

Емкость рынка по данным Башкирского комитета статистики по городскому округу города Октябрьска составляет – 4 200 000 руб.

Рассчитаем долю рынка открываемого предприятия – 1 560 000 \* 100% / 4 200 000 = 37,14 %.

В будущем рассматриваются мероприятия на увеличение ассортимента предоставляемых услуг - внедрение в ассортимент технического обслуживания и осмотра автомобилей, ремонт двигателей, замена, накачка, и подбор шин, то есть развитие в сторону шиномонтажа.

Стартовый капитал предприятия составляет 1 000 000 руб. В него входят:

Основные фонды в виде:

Машинка для полировки и шлифовки – 3 800 руб.

Электрогазосварочный аппарат - 28 300 руб.

Краскораспылитель(2 шт) – 4 320 руб.

Компрессор – 10 045 руб.

Сушильная камера – 33 320 руб.

Агрегат для резки металла – 8 000 руб.

Лучковая пила(2 шт) – 6 000 руб.

Лобзик – 3 000 руб.

Компьютер – 30 000 руб.

Итого стоимость основных фондов – 126 785 руб.

Оборотный капитал предприятия включает в себя:

Моющие средства – 8 000 руб.

Обезжиривающие средства – 2 600 руб.

Ветошь – 7 000 руб.

Абразивная бумага – 4 500 руб.

Аэрографическая краска – 5 000 руб.

Автомобильная краска – 5 000 руб.

Лак – 5 000 руб.

Полировочный валик – 7 500 руб.

Средства защиты – 5 000 руб.

Итого стоимость оборотного капитала составила – 49 600 руб.

Так же в сумму стартового капитала внесены постоянные расходы

Годовая арендная плата в размере 3 000 \* 12 = 36 000 руб.

И переменные расходы. Переменные затраты – не изменяются на единицу выпуска, но изменяются на весь выпуск пропорционально изменению объема выпуска. К ним относится сумма заработной платы, которая распределилась между:

Администратор (хозяин) – 10 000 руб.

Механик – 10 500 руб.

Слесарь – 9 000 руб.

Сварщик – 9 000 руб.

Специалист по покраске и шлифовке – 15 000 руб.

Дизайнер – 7 000 руб.

Итого фонд заработной платы составляет в месяц 60 500 руб. в год – 726 000 руб.

Затраты на коммунальные услуги – 13 000 руб.

Затраты на свет – 15 000 руб.

Затраты на газ – 18 615 руб.

Затраты на рекламу – 10 000 руб.

Резервы на непредвиденные расходы – 5 000 руб.

Валовая прибыль предприятия = 2 880 000 – 1 728 000 = 1 152 000 руб.

Операционная прибыль автосервиса = 1 152 000 – 63 500 = 1 088 500 руб.

Рентабельность предприятия составляет - 115,2%, рентабельность предприятия равна рентабельности капитала так как в стартовом капитале предприятия 100% заемных средств.

Срок окупаемости предприятия – 7 месяцев, безубыточный объем продаж в штуках реализации услуг составляет 108 штук, в денежном выражении точка безубыточности будет достигнута после реализации услуг на сумму - 1 080 000 рублей.

Ма́рке́тинг (от англ. marketing — продажа, торговля на рынке) — управление созданием товаров и услуг и механизмами их реализации как единым комплексным процессом.

Концепция автосервиса - концепция социально-этичного маркетинга. Что же такое этичность, этика? Этика - философское исследование сущности, целей и причин морали и нравственности.

Открываемое предприятие в соответствии со своей концепцией будет следить за этикой и эстетикой сотрудников, за внешним и внутренним видом предприятия, за поведением сотрудников на работе и внерабочее время.

Для выхода на рынок предприятие воспользуется стратегией проникновения на рынок. Ценовая стратегия открываемого предприятия опирается в первую очередь на стратегию проникновения на рынок, предоставляемые услуги в короткие сроки внедряется на рынок, предприятие становится узнаваемым и популярным. Так же применятся стратегия следования за лидером, то есть за счет приемлемой цены забирает часть потребителей у фирмы лидера.

Так же в плане маркетинга описывается миссия предприятия. Миссия - одно из основополагающих понятий стратегического управления.

Миссией автосервиса является предоставление качественных и по ценам доступных услуг, и получения дохода от их предоставления.

Имидж - искусственный образ, формируемый в общественном или индивидуальном сознании средствами массовой коммуникации и психологического воздействия.

Имидж открываемого предприятия опирается на достижения доверия потребителей, на постепенном проникновении на рынок, получение своей доли рынка.

Философия предприятия - достижение целей на безопасных, законных и экономически эффективных действиях. Внешняя - должно удовлетворение потребностей клиентов.

Выход предприятия на рынок будет осуществляться с помощью проникновения данных услуг на рынок потребителей с помощью рекламы.

Реклама — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке

Все это будет участвовать в производственном процессе, поэтому необходимо следить за качеством сырья, материалов, оборудования, а так же следить за квалификацией персонала автосервиса, ведь именно эти люди будут предоставлять данные услуги. Первым делом предполагается взять в аренду помещение-гараж площадью 30 квадратных метров, по адресу РБ, г.Октябрьский, улица Северная, 21/1. Далее проведем работы по ремонту помещения – покраска стен, установка неоновых ламп. Установка наружной рекламной вывески. Далее будет произведена закупка и установка необходимого оборудования (в г.Казань, ул.Комарова 40, магазин «Техно»), покупка различного сырья ( предполагается осуществить покупку в РТ, г.Казани, супермаркет «Мега»). После проведения данных процедур необходимо провести рекламную компанию несущую информацию об открытии автосервиса. Далее нанять трудовые ресурсы и провести рекламную акцию по поводу открытия предприятия.

Современный кузовной ремонт автомобиля, представляет собой сложную цепочку работы всего персонала автосервиса. Он подразумевает применение специального оборудования такого как электрогазосварочный аппарат, компрессор, сушильная камера и т.д. Для качественного проведения ремонта кузова, необходимо обладать справочной информацией, необходимым оборудованием и конечно опытным персоналом.

Стоимость ремонта напрямую зависит от многих факторов, таких как: используемое оборудование и материалы, квалификация персонала и арендной платы за помещение. Разброс цен на качественный кузовной ремонт на самом деле не такой сильный, как может показаться и колеблется в небольшом диапазоне. В среднем сегодня стоимость ремонта и покраска одной детали с материалами колеблется в районе 3 000 – 17 000 руб. Предприятие старается придерживаться средних рыночных цен, при максимально высоком качестве производимых работ.

На производимые работы предоставляется гарантия - 6 месяцев. Одно из условий поврежденная деталь ранее нигде не ремонтировалась. Это связанно с тем, что предприятие не можем знать, как ремонтировалась деталь ранее.

Организационная структура предприятия это тот каркас, на котором держится весь процесс управления и деятельности фирмы.

В автосервисе будет линейная структура управления. То есть главным будет хозяин – администратор, которому непосредственно будет подчиняться каждый сотрудник (это слесарь, сварщик, механик, дизайнер, специалист по покраске и шлифовке).

Линейная структура управления является простейшей, сущность которой состоит в том, что управляющие воздействия на объект могут передаваться только одним доминантным лицом - руководителем, получающий официальную информацию только от своих, непосредственно ему подчиненных лиц, принимает решения по всем вопросам, относящимся к руководимой им части объекта, и несет ответственность. Другими словами все функции управления и подчинения сосредотачиваются у руководителя, создается вертикальная линия управления и прямой путь воздействия на подчиненных.

Клик = 873 215 / 1 000 000 = 0,87 - это отношение текущих активов к текущим обязательствам.

Для открытия автосервиса по профилю кузовной ремонт автомобилей понадобится 1 000 000 руб. Предполагается взять кредит в ООО «Банк УралСиб», под 16% годовых, и за пользование денежными средствами 4% в год, в общем получается 20% годовых. Кредит предусматривается брать на 2 года.

К возврату в банк подлежит сумма в размере – 1 400 000 руб. ежемесячная выплате подлежит сумма в 58 334 руб. И после выплаты 1 400 000 руб. предприятие будет полностью финансово свободно и будет работать на обеспечение своей финансовой устойчивости и эффекта от деятельности предприятия.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Малый бизнес объективно существует и развивается как относительно самостоятельный сектор экономики страны, способствует решению социальных и экономических вопросов государства. Дальнейшее его развитие представляет стратегическую задачу экономической политики и является важным рычагом управления процессом дальнейшего становления рыночных отношений в Российской Федерации.

Малый бизнес - это базовая составляющая рыночного хозяйства, которая является наиболее совершенной формой производственно-экономических отношений, при которых предприниматель, работая в условиях полной хозяйственной самостоятельности и имущественной ответственности, становится подлинным хозяином. Главными особенностями малого бизнеса являются: экономическая свобода, инновационный характер, реализация товаров и услуг на рынке, деятельность с целью получения прибыли, гибкость.

Практическая значимость малого бизнеса в национальной экономике РФ раскрывается в курсовом проекте темой которого является бизнес-план, который составляется с целью дать студенту возможность приобрести практические и теоретические навыки составления бизнес-плана, и обдумать возможность реализации этого бизнес-плана после окончания обучения в колледже. Да и не только реализация этой идеи, но и просто возможность открытия своего дела.

Предложения для совершенствования бизнес планирования:

Возможно объединение двух пунктов – финансовый план и экономика предприятия, для того чтобы расчетная часть проекта имела последовательный характер. И была возможность при надобности перевернуть страницу и проверить цифры, а не терять мысли при прочитывании всех пунктов находящихся между ними.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Конституция РФ (издание 2007 г.).
2. Гражданский кодекс РФ. – М.: Форум, 2006, – 218с.
3. Налоговый кодекс РФ. – М.: Проспект, КНОРУС, «Издательство «Омега-Л»,2008, - 32с.
4. Положения по бухгалтерскому учету "Доходы организации" ПБУ 9/99
5. Трудовой кодекс РФ. – М.: Форум: Инфра-м,2005г, - 128с.
6. Антикризисное управление. К. С. Устинов. Инфра-М, 2005,31-38с.
7. Бизнес – планирование. Зорин П.А., М.: Экмос, 2009,117 – 104с.
8. Введение в философию. Ясперс К.П.,М.: Минск, 2005, 53с.
9. Институты управленческой парадигмы /Менеджмент в России и за рубежом. Горинов С. А. М.: Питер, 2005,- 55 72с.
10. Маркетинг: учебник для вузов. Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, М.: «Изд-во „Экономика“», 2005, 503 с.
11. Маркетинг. Кнышева Е.Н. – М.:Инфра-м,2005г,86-99с.
12. Основы экономики. В. П. Радонова, М.: Питер,2007, 153с.
13. Организация и технология коммерческой деятельности. Памбухчиянз «Издательство «Дашков-К», 2009,342с.
14. Основы эргономики и дизайна автомобиля. Песков, В.И. Учебное пособие. Н. Новгород: Нижегородский Государственный Технический Университет, 2006, 198 - 225 с.
15. Основы теории дизайна автомобилей. И. Розенсон. М: Питер, 2006, 224 с.
16. Правила составления бизнес-плана. И.Н. Егоров, М.:Форум, 2008, 153с.
17. Рыночный инструментарий менеджмента. Сафронова О. С. Ростов: Изд-во СКНЦ ВШ, 2009, 139 с.
18. Рекламная деятельность. Киров А.В. М.: Инфра, 2008,.13с.
19. Стратегия и экономическая политика. Ведута Е.Н. М.: Академический проспект, 2006, 456 с.
20. Тайны управления человечеством. Петров К. П. М.: Академия управления, 2008, 530с.
21. Управление персоналом. Степанов Е.А., М.:Форум:Инфра-м,2005г,23-35с.
22. Финансы предприятия. К.С. Захаров, М.: Проспект, 2009, 82с.
23. Формирование имиджа. Панасюк А.Ю., М.: Омега-Л, 2008, 266 с.
24. Функции менеджмента предприятия. Сорокин О.Г., М.: Дашков и К, 2006, 312с.
25. Что такое автомобиль? Вопросы и ответы. Арсеньев Ф.Т., М.: Питер, 2005, 39с.
26. Экономика. Арутюнов Ю.А. М.: Проспект, 2008, 18 с.
27. Экономика фирмы. Москва: Высшая школа, 2006, 62с.
28. Экономика организации (предприятия), издание третье, исправленное. Елизаров Ю.Ф. Издательство Экзамен, Москва 2008 год-120 с.;
29. Экономика в предпринимательской деятельности. В.Н. Сергеев. М.: Артэс, 2007, 93с.
30. Экономика организации. Петушин С.А. М.:Форум, 2005, 50 с.