

СБОРНИК ЭССЕ

по результатам конкурса «Создание
прибыльного предприятия в малых и
средних городах»



УДК 658.155
ББК 65.290-8
С23

Внукова Алина Сергеевна
Кострыкина Алёна Сергеевна
Романченко Юлия Андреевна
Тамарина Валерия Олеговна

Сборник эссе: Создание прибыльного предприятия в малых и средних городах. Ч.2/ Внукова А.С., Кострыкина А.С., Романченко Ю. А., Тамарина ВО. НОО Профессиональная наука, 2020–53 с.

ISBN 978-0-463-96738-6

Данная книга является сборником эссе по результатам конкурса, проводимого НОО «Профессиональная наука» в рамках проекта Interclover.

Эта книга будет наиболее полезна для учащихся школ, студентов, магистрантов и аспирантов.

УДК 658.155
ББК 65.290-8



- © Редактор Н.А. Краснова, 2020
- © Коллектив авторов, 2020
- © НОО Профессиональная наука, 2020
- © Smashwords, Inc., 2020

СОДЕРЖАНИЕ

КОСТРЫКИНА А.С., ВНУКОВА А.С. БИЗНЕС-ПЛАН «КОНТАКТНЫЙ ЗООПАРК “ЖИВАЯ ШКОЛА”».....	4
РОМАНЧЕНКО Ю.А. БИЗНЕС-ПЛАН ПО СОЗДАНИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПЕРЕРАБОТКЕ ПЛАСТИКОВЫХ БУТЫЛОК ООО «ЭКОПЛАСТМАСС»	40
ТАМАРИНА В.О. БИЗНЕС-ПЛАН «АВТОСТОЯНКА»	53
АВТОРЫ	62

Кострыкина А.С., Внукова А.С. Бизнес-план «Контактный зоопарк “Живая школа”»

Кострыкина Алёна Сергеевна
Внукова Алина Сергеевна
Научный руководитель: Бочкова Ирина Николаевна,
преподаватель спецдисциплин
Краевое государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
«Хабаровский техникум техносферной безопасности и промышленных
технологий» (ХТТБПТ)

Визитка команды

Наша команда обладает аналитическими способностями, нам интересен процесс расчетов, прогнозов.

Мы умеем анализировать информацию, взятую с официальных сайтов. У нас есть навыки работы в программе 1С «Бухгалтерия 8».

Внукова Алина занимается продвижением нашего бизнеса. В **Приложении 1** представлен информационно-рекламный плакат контактного зоопарка «Живая школа».

Продвижение нашей рабочей странички в «Instagram» (**Приложение 2**), «Вконтакте», занимается привлечением клиентов. Также занимается разработкой на платформе Google Мой Бизнес, отвечает за создание сайта, на котором можно будет записаться на групповые курсы и экскурсии.

Кострыкина Алёна занимается регистрацией ИП, управлением персонала, финансовыми вопросами. Разрабатывает направления курсов, занятий, мастер-классов.

1. Резюме бизнес-идеи

Разрабатывая бизнес-идею, мы использовали следующие методы генерирования идей:

- а) «Мозговая атака (мозговой штурм)»;
- б) «Шесть шляп мышления» (Метод Эдварда де Боно).

Основная деятельность ориентирована на работу с детьми – как школьного, так и дошкольного возраста. Мы предоставляем широкий спектр услуг.

Так как данный проект в большей степени направлен на работу с детьми, которые обычно неплатёжеспособны, целевая и потребительская аудитория не полностью совпадают. Целевая аудитория (покупатели) – молодые родители, учителя, воспитатели, руководители творческих и развивающих центров

Основной потребитель – дети всех возрастов и молодежь. Дети не являются самостоятельными в принятии своих решений, деятельность по продвижению необходимо направлять на лиц, взаимодействующих с детьми – их родителей, воспитателей, учителей, сотрудников детских развивающих центров и студий.

Контактный зоопарк «Живая Школа» – место, где дети и взрослые могут получать удовольствие от общения животными, погладить их, покормить, взять на руки. Детская развивающая группа создана для детей в возрасте от 3 до 12 лет и направленной на раскрытия творческого потенциала. Основная деятельность ориентирована на работу с детьми – как школьного, так и дошкольного возраста.

На базе контактного зоопарка будут проводиться экскурсии по цене со скидкой. Для организованных групп из детских садов, школ, вузов и других детских учреждений. Подобные компании на рынке Хабаровска не представлено, в то время, в других крупных городах России подобное какой бы только начинают появляться. Контактные зоопарки центральной части России уже имеют большую популярность.

Целью данного проекта является создание «Живой школы», главным особенностью которого является наличие контактного зоопарка, и на базе которого будут работать детские развивающие группы и проходить творческие мастер-классы.

2. Описание компании

Главное отличие нашего контактного зоопарка «Живая Школа» от других контактных зоопарков является непосредственное общение с животными. При должном уходе и воспитании все виды животных, содержащихся в зоопарках, отлично приучаются к человеку, охотно идут на контакт. Ещё одной особенной чертой проекта является реализация анималотерапии (лечение с помощью

животных).

Анималотерапия позволяет не только лечить, но и профилактировать серьезные заболевания. В ходе многих Экспериментов было доказано положительное воздействия животных на больного человека.

«Общеизвестно, что люди, имеющие домашних животных, живут там чаще других и болеют меньше. При этом отмечается, что нервная система этих людей находится в гораздо лучшем состоянии». Всемирная организация здравоохранения официально признала огромную пользу животных в психотерапевтическом направлении.

В связи с этими фактами, включение экскурсии по контактному зоопарку в план мероприятий любого детского центра значительно повысит его эффективность и конкурентное преимущество, а для нас станет увеличением числа посетителей.

Уникальность «Живой школы» в том, что посетители могут возвращаться в зоопарк снова и снова, узнавая что-то новое, будь то информация о жизни животных, новые творческие навыки, или участие в других мероприятиях. Яркая особенность – возможность гладить и кормить животных, а также брать их на руки и фотографироваться.

«Живая школа» выполняет следующие основные функции:

1. Образовательная. Посетители в процессе пребывания на территории зоопарка учатся общению с животными, дети получают представление об их реальном внешнем виде, поведении. Побывав на экскурсии, каждый человек узнает ареал обитания животных в естественной среде, источники питания, образ жизни и другие особенности. Также предусмотрена возможность проведения познавательных лекций и мастер-классов, а до обеда – развивающие занятия с детьми.

2. Развлекательная. Общаться с животными всегда интересно и весело. В процессе игры, наблюдения за поведением питомцев, человек получает удовольствие.

3. Воспитательная. Дети узнают, как можно общаться с животными, а как лучше этого не делать.

4. Рекреационная. Пребывание среди зверей и птиц позволяет человеку почувствовать себя частью природы, расслабиться, восстановить душевный и психоэмоциональный баланс.

5. Творческая. В помещении контактного зоопарка предусмотрено проведение творческих мастер-классов в различных техниках, таких как: рисование, лепка, аппликация, конструирование, а также новые популярные направления: декупаж, мыловарение, валяние шерсти, скрапбукинг и другие.

Весомым плюсом является удачное расположение (ул. Карла Маркса, дом

144/2 а). Железнодорожный район является местом пересечения огромных потоков пешеходов и автомобилистов ежедневно. Здесь сосредоточены все основные административные центры, крупные магазины и торговые центры, зоны общественного питания от эконом до люкс класса. Иногородние туристы часто выбирают для проживания гостиницы и съемное жилье в Железнодорожном районе, чтобы иметь возможность насладиться большинством достопримечательностей этой части города.

Описание услуги. Клиентам предоставляется следующий спектр услуг: индивидуальное посещение, экскурсии, занятия в развивающих группах для детей, участие в мастер-классах, а также предлагается покупка корма, сувениров и участие в профессиональных фотосессиях с животными.

Рассмотрим содержание каждой услуги подробнее. Контактный зоопарк – идеальное место для детского и семейного отдыха, куда можно прийти вечером буднего дня либо на выходных. Для молодых пар индивидуальное разовое посещение зоопарка – необычный повод для свидания.

Залог приятной дружественной атмосферы – это дизайн интерьера и сервисное обслуживание.

Для комфортного проживания животных на территории зоопарка индивидуальное (свободное) посещение предусмотрено в вечерние часы по будням (с 17.00 до 20.00) и в выходные (с 10.00 до 20.00). В остальное время нагрузка на животных будет минимальна, что позволит им отдыхать и всегда находится в здоровом, дружелюбном состоянии, сведя к минимуму риск получения стресса от шума и переутомления.

Стоимость детского билета – **250** рублей, взрослого – **300** рублей. Время посещения не ограничено.

Экскурсия проводится для организованной группы в форме интересного и познавательного повествования с интерактивными элементами. Неожиданные факты из жизни разных видов животных, работа с аудиторией посредством ответов на вопросы, игр и конкурсов. Для детей дошкольного и младшего школьного возраста проводится игровой и динамичный вариант экскурсии, для старшекласников и студентов – более информативный. Во время экскурсии группа поочередно останавливается у каждого вольера и, непременно, взаимодействует с животными – кормит, гладит, смотрит, и даже берет на руки мелких животных.

Работа по экскурсионному обслуживанию – отдельное направление деятельности. Будет вестись активное взаимодействие с детскими садами, школами, развивающими детскими центрами, ВУЗами и ССУЗами, а также другими организациями. Возможны выездные экскурсии на договорных условиях. Для привлечения посетителей крупных организаций будут проводиться некоторые

бесплатные мероприятия. Например, фотоконкурсы, розыгрыши билетов и призов, интерактивные акции.

Группам предоставляются скидки – от 10% до 20%. Для детской группы предусмотрено бесплатное сопровождение двух сопровождающих.

В контактном зоопарке «Живая школа» с 10.00 до 13.00 в будние дни будут работать детские группы развития. Группы детей будут сформированы по возрастам:

3-4 года «Мастерята», занятия по пятницам (2800 руб. в месяц);

4-7 лет «Умки», занятия в понедельник и среду (4300 руб. в месяц);

6-12 лет «Знайки», занятия вторник и четверг (4300 руб. в месяц).

Еще на территории «Живая школа» будут проводиться творческие и развивающие мастер-классы на платной и бесплатной основе. Запись на мастер-классы будет вестись предварительно, созданный в процессе шедевр собственной работы можно забрать домой. При успешной практике проведения мастер-классов и выявлении такой потребности будет создана творческая группа, работающая на постоянной основе.

Заранее предугадать востребованность такого предложения сложно, так как подобных предложений на рынке города нет. Но среди детских творческих студий эта практика постоянна и очень успешна. Средняя цена на платный мастер-класс – 300 рублей с человека, включая материалы.

В зоопарке можно кормить животных, для этого предусмотрена покупка корма на месте. Кормить животных можно только кормом, купленным в зоопарке во избежание болезней и отравлений животных. Цена стаканчика с кормом – 50 рублей. Для экскурсионных групп условия обговариваются индивидуально.

Востребованная на сегодняшний день услуга – фотосессия, которая проводится профессиональным фотографом как для групп (по предварительной записи), так и для индивидуальных посетителей. Возможно проведение свадебных, семейных, фотосессий, а также съемок в День Рождения. Стоимость фотосессии от 3000 до 5000 рублей.

Также в открытые часы каждый желающий может заказать 15-минутный фотосет за 500 рублей, в результате которого получит 5 ярких профессиональных снимков с обитателями нашего зоопарка. На память о посещении уголка живой природы можно будет приобрести сувенир или игрушку по цене от 50 до 500 рублей.

На территории зоопарка будет работать смотритель, задача которого контролировать поведение посетителей, не допускать неаккуратного и грубого обращения с животными, следить за процессом кормления посетителями животных только разрешенным кормом. И, конечно, смотритель сможет ответить на все интересующие вопросы о животных.

Также мы планируем открыть филиалы в удаленных районах города.

На работу мы пригласим специалистов-преподавателей, имеющих педагогическое образование и опыт работы с детьми. На протяжении трудовой деятельности сотрудники будут проходить обучающие тренинги и курсы, организованные директором и привлеченными тренерами.

Для дальнейшей деятельности планируется подать заявку на государственную регистрацию обозначения в качестве товарного знака, (знака обслуживания) в Российской Федерации (**Приложение 3**).

В соответствии с п. 54 ст. 12 Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ (ред. От 02.08.2019) «О лицензировании отдельных видов деятельности», лицензированию подлежит деятельность по содержанию и использованию животных в зоопарках, зоосадах, цирках, зоотеатрах, дельфинариях, океанариумах» (введен Федеральным законом от 27.12.2018 № 498-ФЗ «Об ответственном обращении с животными и о внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ»).

Необходимо, в дальнейшем получить лицензию для отдельных видов животных.

3. Целевой рынок

В результате проведения анализа рынка (**Приложение 4**), выяснили, что невозможно сопоставить факты о конкурентоспособных компаниях, в связи с отсутствием наличия информации о них. Это упущения компаний, которые постараемся не допустить в своей работе. *Проведем анализ целевых потребителей.* Так как данный проект в большей степени направлен на работу с детьми, которые обычно неплатёжеспособны, целевая и потребительская аудитория не полностью совпадают. Воспользуемся методикой Марка Шеррингтона 5W и составим план из 5 вопросов:

Что? (What?) – Контактный зоопарк.

Кто? (Who?) – Дети и их родители.

Почему? (Why?) – Для развития. Многие дети школьного и дошкольного возраста испытывают необходимость общения с животными.

Когда? (When?) – Сем дней в неделю с 10:00-20:00

Где? (Where?) – Карла-Маркса, дом 144/2а

Целевая аудитория (покупатели) – молодые родители, учителя, воспитатели, руководители творческих и развивающих центров.

Основной потребитель – дети всех возрастов и молодежь. Дети не являются самостоятельными в принятии своих решений, деятельность по продвижению необходимо направлять на лиц, взаимодействующих с детьми – их родителей, воспитателей, учителей, сотрудников детских развивающих центров и студий.

Можно выделить следующие сегменты потребителей услуг.

1. Воспитанники детских садов, ученики школ, студенты.

Это основная группа потребителей, для которой предоставлен весь спектр услуг, в первую очередь – детские развивающие занятия. На ранних этапах своего развития детям важно и необходимо получить наиболее полное представление об окружающем мире. Также необходимо научиться правильно взаимодействовать с живыми существами, учитывать их особенности и потребности. Экскурсия даст информацию не только «для самых маленьких», она может быть проведена и для студентов, изучающих дисциплины при помощи сотрудников зоопарка.

2. Воспитанники детских развивающих центров и творческих студий.

Дети, посещающие такие центры, ориентированы на коммуникацию, творчество, реализацию своих способностей. Родители таких детей желают всесторонне развить своего ребенка, в чем посещение контактного зоопарка и творческих мастер-классов очень помогает.

3. Дети с родителями, молодые люди на прогулке.

Проанализировав наш рынок, мы пришли к выводу, что мы выбрали модель принятия решений в **B2C** продаж, то есть «бизнес для потребителя», при этом потребителем является ребенок.

4. Планирование рабочего процесса

Юридический адрес нашей организации: 680013, Хабаровский край, город Хабаровск, ул. Карла-Маркса, дом 144/2 а.

Клиентоориентированность – один из важнейших подходов сервиса. Можно посетить 5 одинаковых заведений, но вернуться захочется именно туда, где персонал был вежливым и доброжелательным, готовым ответить на любые вопросы с радостью. В связи с этим будет проводиться тщательный отбор кадров. На протяжении трудовой деятельности сотрудники будут проходить обучающие тренинги и курсы, организованные директором и привлеченными тренерами. Наши специалисты имеют шестой уровень квалификации, он требует высшее образование по программе бакалавриата или среднего специального образования. Предполагает исключительно самостоятельную работу или работу по управлению группы людей.

Интерьер планируется исполнить в эко-стиле. Это стиль, выполненный из натуральных материалов, дающий ощущение свежести и единения с природой. На сегодняшний день является одним из самых востребованных современных стилей.

В эко-стиле используется дерево, камень, глина, стекло, ткани из натуральных материалов. Цветовое решение эко-стиля: бежевый, коричневый, белый. Преобладание природных цветов, таких как бледно-зеленый, бледно-

голубой, цвета травы, воды, камня, дерева, почвы. Упор будет сделан на дерево в сочетании с зеленой отделкой. Дерево, из которого будут выполнены все вольеры и элементы внутренней отделки, очень теплый и уютный материал, дарующий ощущение спокойствия и защищенности. Зеленый цвет напоминает человеку растения.

В совокупности все элементы такого интерьера погрузят человека в благоприятное состояние, давая ощущение природного равновесия.

На рисунке 1 приведена организационная структура контактного зоопарка.

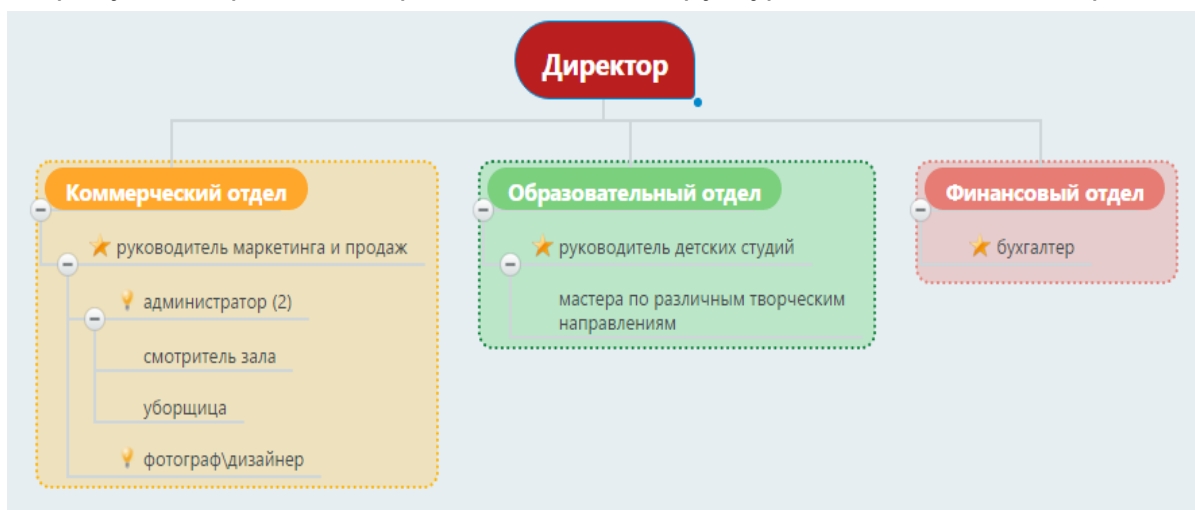


Рисунок 1. Организационная структура

Обязанности директора: общая координация работы в группе, поиск новых партнеров, стратегическое и тактическое планирование. Обязанности руководителя маркетинга и продаж: поиск и ведение переговоров с потенциальными посетителями, разработка маркетинговой стратегии, заказ и распространение рекламных объявлений, баннеров, теле-радио роликов, налаживание связей со СМИ, привлечение партнеров, организация деятельности смотрителя зала и администраторов, а также контроль над их деятельностью. Обязанности бухгалтера: ведение финансовой отчетности, оптимизация затрат.

Обязанности администратора: ответы на телефонные звонки, продажа билетов, ведение расписания и плана занятий в группах и на мастер-классах, запись на индивидуальные экскурсии. Обязанности смотрителя зала: во время большого потока посетителей (в выходные и праздничные дни) следить за поведением детей – не допускать грубого и небрежного отношения, предотвращать опасные ситуации, проводить уборку вольеров и помещения в конце рабочего дня. Обязанности уборщицы: проводить уборку помещения в конце рабочего дня в будние дни.

Обязанности фотографа/дизайнера: организация фотосъемок,

художественная обработка и ретушь, создание рекламного материала. Обязанности руководителя детских студий: организация занятий с детьми в трех возрастных группах, учебно-методическая и творческая деятельность, составление планов занятий, координация работы мастеров по узким творческим направлениям. Обязанности мастеров: проведение занятий и мастер-классов с детьми в оговоренной творческой технике. Обязанности экскурсовода: составление планов тематических экскурсий, работа с экскурсионными группами.

В таблице 1 приведен расчет заработной платы сотрудников.

Таблица 1

Заработная плата сотрудников

Должность	Численность	Ставка на 1 чел., руб.	Система начисления	ИТОГО, руб.
Директор	1	11465	повременная	11465
Руководитель отдела продаж	1	20000	повременная	20000
Администратор	2	15000	повременная	30000
Смотритель зала	1	14000	повременная	14000
Уборщица	1	4500	повременная	4500
Фотограф/ дизайнер	1	20000	сдельная	20000
Руководитель детских студий	1	20000	повременно-премиальная	20000
Мастер	3	3000	сдельная	9000
Экскурсовод	1	15000	повременная	15000
Бухгалтер	1	6000	повременная	6000
ИТОГО:	13	128 965,0		149 965,0

Руководитель детских студий получает оклад 6 тысяч рублей плюс оплата за каждого ребенка, присутствующего на занятии – 40 рублей в день. Сдельная часть при выполнении планируемого объема продаж равна 14400 рублям (360 человеко-дней по 40 рублей).

Мастер работает по сдельной системе оплаты труда и получает 100 рублей за каждого ребенка, присутствующего на занятии.

Смотритель зала будет работать в открытые часы контактного зоопарка, и именно – три часа вечером в будние дни (с 17.00 до 20.00) и в выходные (с 10.00 до 20.00), что оплачивается в размере 100 рублей в час.

Уборщица приходит после закрытия и убирает помещение. Время на уборку,

которое она тратит – час ежедневно, то есть 30 часов в месяц

В таблице 2 приведен расчет всех статей расходов.

Таблица 2

Все статьи расходов

Статья расходов	Сумма, руб.
Постоянные расходы	
Аренда	65000
Заработная плата административного и управленческого персонала	73465
Страховые взносы	22039,5
Расходы на рекламу	4199,5
Итого постоянных расходов	164704
Переменные расходы	
Коммунальные платежи	10000
Корм, сено, опилки и др.	18000
Ветеринарное обслуживание	2000
Материалы для детского творчества	4000
Заработная плата обслуживающего персонала	76500
Страховые взносы	22950
Прочие расходы	2000
Итого переменных расходов	135450
ИТОГО всех расходов	300154,5

Расходы по основным видам деятельности составляют:

198863,6 рублей – контактный зоопарк;

97940,9 рублей – детские развивающие группы.

Плановая себестоимость единицы услуги определяется делением общей суммы плановых затрат на плановый объем услуги в натуральном выражении, рассчитанный исходя из планируемого объема продаж и общего числа потребителей. Таким образом, получаем:

1) для контактного зоопарка планируемый объем продаж билетов составляет 1200 штук в месяц по средней цене 250 рублей (средняя стоимость билета на индивидуальное посещение 275 рублей, на экскурсию – 200 рублей). Следовательно, себестоимость услуги на один билет – 166 рублей. Рентабельность продаж составит 43%;

2) Для детских развивающих групп планируемый объем продаж составляет 30 абонементов в месяц по средней цене 3800 рублей за штуку. Получаем себестоимость услуги на один абонемент 3265 рублей. Рентабельность продаж составит 16,4%.

В таблице 3 приведены затраты на первоначальном этапе.

Таблица 3

Затраты на первоначальном этапе

Единовременные затраты	Значение показателя, руб.
Покупка животных	71200
Установка клеток и вольеров	40000
Офисная техника	25000
Старт рекламной кампании	20000
Покупка материалов для детского творчества	15000
Мебель	40000
Ремонт	50000
Закупка корма на два месяца	36000
Прохождение животными ветеринарного контроля	20000
Заработная плата сотрудникам на два месяца	374309
Аренда на два месяца	130000
ИТОГО	821509

В нашем центре планируется следующее количество посетителей:

- оптимальное количество человек в группе для посещения контактного зоопарка 10 детей и 2 руководителя (5 раз в неделю), для посещения мастер-классов оптимальным является 10 детей (2 раза в неделю);

- планируется часовое посещение зоопарка, соответственно, за день контактный зоопарк может посетить 2 организованные группы, причем есть возможность увеличить количество групп. Индивидуальное посещение проводится вечером в будние дни и в выходные.

Были проведены *панельные исследования конкурентов* с целью получения данных о суточной посещаемости. На основе данных панельного исследования, а также данных социальной активности пользователей, выражающих свое мнение на страницах контактных зоопарков других городов, были сделаны предположения о суточной посещаемости в будний день – 50 человек, в выходной день – 100 человек. Планируемый объем продаж рассчитан из посещаемости ниже, чем у конкурентов, учитывая сложность привлечения посетителей в первое время работы центра.

Срок окупаемости проекта – 4 месяца. Необходимая сумма инвестиций в проект составляет 822 тысячи рублей. Выручка от продажи всего спектра услуг составит 538 тыс. руб. в месяц, из которых 438 тыс. руб. – выручка от продажи основных услуг.

В таблице 4 приведены виды животных, обитающие в контактном зоопарке.

Таблица 4

Виды животных

Животные	Количество	Стоимость, руб.	Условие
Хомячок сирийский	4	800	Клетка
Хомячок джунгарский	4	400	Клетка
Амадины	4	2000	Клетка
Коза камерунская	1	10000	Вольер
Морская Свинка	4	4000	Вольер
Скинни	1	2000	Вольер
Кролик	2	2000	Вольер
Черепаша сухопутная	1	1000	Вольер
Еж карликовый	2	12000	Вольер
Мини-пиг	1	15000	Вольер
Шиншилла	1	5000	Витрина
Хорек	2	8000	Витрина
Дегу	2	4000	Витрина
Черепаша морская	2	2000	Аквариум
Аквариумные рыбки (2-3 вида)	10	3000	Аквариум
ИТОГО		71200	

В таблице 5 представлен календарный план реализации начального этапа проекта.

Таблица 5

Календарный план реализации начального этапа проекта

Стадия/время	Первый месяц				Второй месяц
	1-я неделя	2-я неделя	3-я неделя	4-я неделя	
Создание сайта и группы в соц. сетях					
Рекламная кампания					
Поиск сотрудников					
Заключение договора на аренду					
Ремонт, дизайн интерьера					
Установка оборудования					
Покупка и доставка животных					
Адаптация животных					
Открытие					
Работа развивающих групп					
Проведение мастер-классов					
Работа по набору экскурсионных групп					
Проведение экскурсий					

5. Маркетинговый план

Для комплексного взаимосвязанного практического применения элементов – товара, цены, стимулирования спроса и каналов сбыта – формируется так называемая маркетинговая структура. По первым буквам английского алфавита в этих словах она сокращенно называется **4P**:

1. Продукт (product)–Услуги: занятия, мастер-классы, экскурсии, проведение праздников.

2. Место (place) – арендуемое помещение.

3. Цена (price) - используем стратегию ценового лидера, которая предусматривает соотнесение цен предприятия с ценами предприятия-лидера, при этом мы устанавливаем цену немного меньше, чем у предприятия-лидера. Цены на услуги выберем потребительскими для конкретного сегмента рынка.

4. Продвижение (promotion) - разнообразие рекламных средств, в частности социальных сетей.

Стратегия продвижения. На сегодняшний день огромные результаты в продвижении дает *интернет-маркетинг*. Он включает в себя создание и настройку сайта, работу в социальных сетях, размещение информации о компании на площадках городских порталов и справочников. Используя только бесплатные инструменты можно добиться хороших результатов. Но для более быстрого продвижения, лучше использовать платную контекстную рекламу, давать рекламу на платных площадках, покупать место рекламных постов в социальных сетях. На начальном этапе потребуется некоторая сумма вложений (указано в таблице 3 стр. 13).

Позднее, когда поток пользователей в интернет сети на наши ресурсы будет сформирован, финансирование можно снизить. Но игнорировать эти каналы продвижения ни в коем случае нельзя, вести работу в этом направлении нужно регулярно.

Следующий путь продвижения заключается в таких приемах *оффлайн маркетинга*, как: раздача листовок; проведение бесплатных акций и розыгрышей на улицах нашего города в выходные и праздничные дни; проведение игр и конкурсов в местах большого скопления потенциальных посетителей, например, работа аниматора в ростовой кукле; участие в городских ярмарках и выставках; реклама на билетах общественного транспорта, а также в салоне общественного транспорта; взаимодействие со школьниками и их родителями – реклама на портале «Электронный дневник», на бланках еженедельного расписания, личные встречи со школьниками.

Такая наружная реклама, как баннеры, теряет свою эффективность. Баннеров становится слишком много, и угадать какой из них действительно сработает, благодаря удачному расположению на участке, количеству его просмотров целевой аудитории, очень сложно. Реклама на телевидении тоже является дорогой услугой. В условиях ограниченного бюджета такие виды продвижения неприемлемы.

Третья важная составляющая продвижения – *телемаркетинг*. Это работа с потенциальными клиентами по телефону. Необходимо совершать «холодные звонки» в школы, детские сады и другие детские учреждения, чтобы заявить о себе и предложить встречу, на которой можно провести презентацию. Для того чтобы собеседник был заинтересован во встрече, стоит предложить ему бонус – небольшой подарок в виде сувенирной продукции (например, настенный календарь с фотографиями и логотипом контактного зоопарка). Большой эффект дают партнерские программы, которые создаются для привлечения конкретной целевой аудитории. Необходимо искать таких партнеров и устанавливать с ними хорошие отношения, продвигая свои услуги вместе.

Например, партнером «Живая Школа» может стать детская студия танцев

на следующих условиях: при покупке абонеента в студии танцев, покупатель получает купон на бесплатное посещение в контактный зоопарк в то время, как при посещении контактного зоопарка посетитель получает купон на скидку для покупки абонеента в студию танцев. Таким образом, увеличивается охват потенциальных клиентов для обеих компаний. Мы провели анкетирование потенциальных клиентов.

Анкета

Уважаемый респондент! Просим Вас ответить на вопросы анкеты.
Благодарим!

1. **Есть ли у вас дети?**
 - а) Да
 - б) Нет
2. **Сколько лет вашему ребенку (если есть)?**
 - а) 1-3
 - б) 4-6
 - в) 7-14
3. **Хотели бы вы, чтобы в г. Хабаровске открылся контактный зоопарк с различными услугами?**
 - а) Да
 - б) Нет
4. **Какие услуги вы хотели бы видеть (можно несколько вариантов ответа)**
 - а) Мастер-классы
 - б) Фотосесии
 - в) Групповые занятия
 - г) Экскурсии
 - д) Проведение праздников

Было опрошено 200 респондентов.

Из них на первый вопрос ответили: Да -148 чел. (74%); Нет - 52 чел.(26%).

На второй вопрос ответили: 1-3 - 60чел. (30%); 4-6 – 83 чел. (41,5%); 7-14- 57 чел. (28,5%).

На третий вопрос ответили: Да -200 чел. (100%); Нет- 0 чел. (0%).

На четвертый вопрос ответили: Мастер-классы – 30 чел.(15%); Фотосесии – 25 чел. (12,5%); Групповые занятия – 50 чел.(25%); Экскурсии – 30 чел.(15%); Проведение праздников – 65 чел.(32,5%)

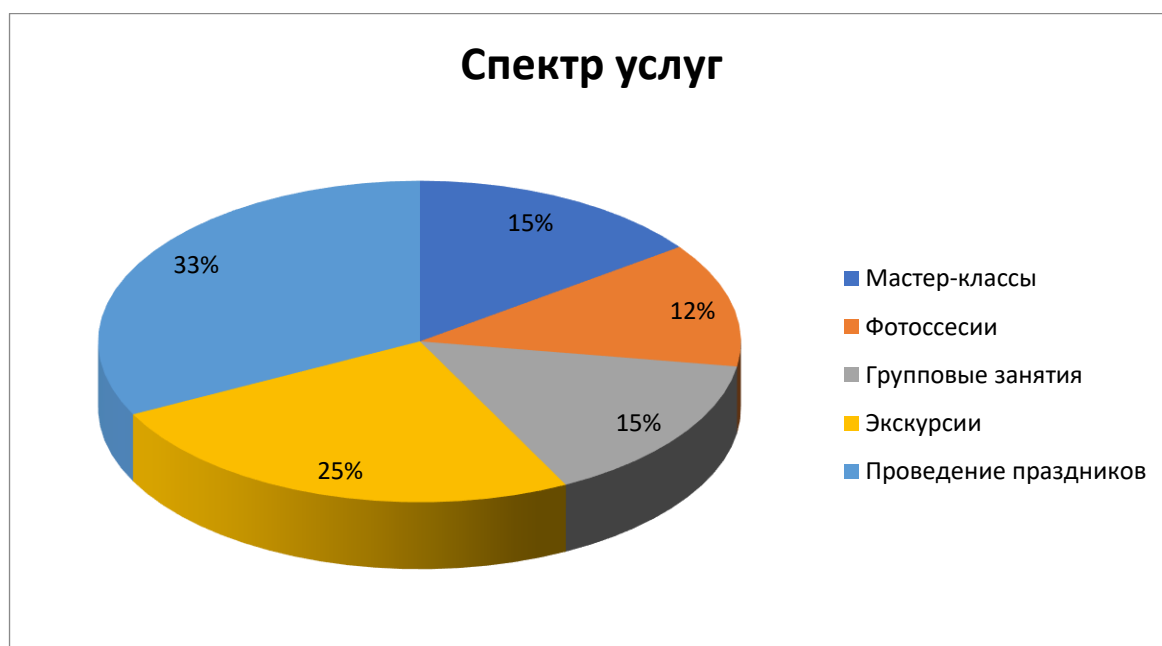


Рисунок 2. Диаграмма распределения услуг по результатам анкетирования

Исходя, из результатов анкетирования мы выяснили, что жителям города Хабаровска был бы интересен Контактный зоопарк, с дополнительными услугами: мастер-классами, фотосесиями, групповыми занятиями, экскурсиями, проведением праздников.

В таблице 6 приведены затраты на рекламу.

Таблица 6

Затраты на рекламу

Статья расходов	Затраты (на 6 месяцев), руб.
Создание, регистрация, хостинг сайта	600
Продвижение сайта	10000
Печать листовок (тираж 13000шт)	8970
Печать бланков расписания	2000
Реклама на билетах	3627
ИТОГО	25197

В таблице 7 представлена матрица SWOT-анализа, которая способствует разработки стратегии развития организации.

Таблица 7

Матрица SWOT-анализа

	Возможности	Угрозы
	Расширение спектра услуг	Появление новых конкурентов
Сильные стороны	Сила и возможность	Сила и угроза
Уникальность организации		
Слабые стороны	Слабость и возможность	Слабость и угроза
Изменения в законодательстве		

Для повышения эффективности SWOT-анализа, необходимо, прогнозировать наибольшую вероятность каких-либо событий; вносить коррективы в планы, если прогнозы оказываются ошибочными.

6. Устойчивое развитие

В таблице 8 приведен расчет точки безубыточности.

Таблица 8

Расчет точки безубыточности

Наименование	Значение показателя, руб.
Постоянные затраты	164704,5
Переменные затраты	135450
Выручка от продаж	538000
Цена за билет	250
Цена за абонемент	3800
Точка безубыточности в денежном выражении	220193,19
Точка безубыточности для контактного зоопарка в денежном выражении	176154,4
Точка безубыточности для детских развивающих групп в денежном выражении	44038,6
Точка безубыточности в натуральном выражении для контактного зоопарка (билетов)	742
Точка безубыточности в натуральном выражении для детских развивающих групп(абонементов)	12

Определим точку безубыточности, или порог рентабельности.

Расчет порога рентабельности производится по следующей формуле:

$$Pr = Vp = FC / [(V - VC) / V],$$

где Pr – порог рентабельности,
 V_p – выручка от продаж пороговая,
 V – запланированная выручка от продаж,
 FC – постоянные расходы на плановый объем,
 VC – переменные расходы на плановый объем.

Результаты расчета представлены в таблице 6

На рисунке 3 представлена точка безубыточности на графике.

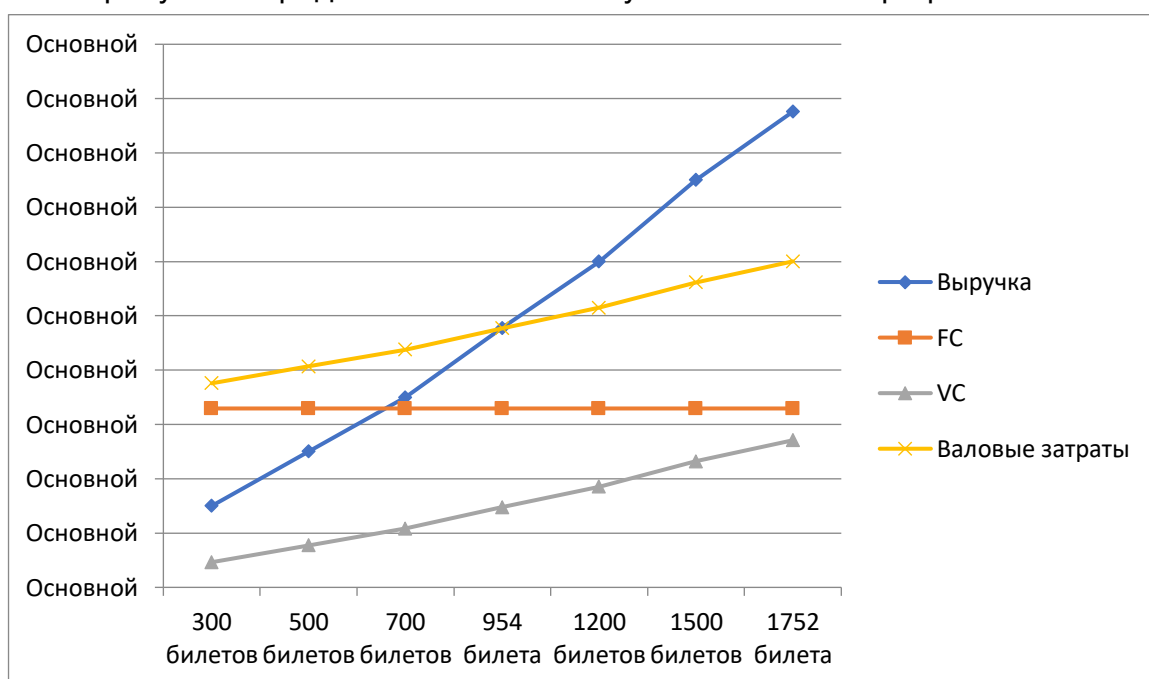


Рисунок 3. Точка безубыточности на графике

Мы предусматриваем утилизацию отходов жизнедеятельности животных с целью предотвращения загрязнения окружающей среды.

Предполагается также использовать бумажные стаканчики при пользовании куллера с водой посетителями Контактного зоопарка.

7. Техничко-экономическое обоснование проекта (включая финансовый план)

Ниже представлен отчет о финансовых результатах и отчет о движении денежных средств.

Выручка от продаж меняется в зависимости от сезонности и роста популярности среди горожан.

Максимальное значение выручки от продаж взято из таблицы 8 (план продаж).

В таблице 9 приведен расчет планируемого объема продаж.

Таблица 9

Планируемый объем продаж

Услуга	Средняя цена, руб.	Кол-во потребителей в неделю	Кол-во потребителей в месяц	Объем продаж, руб.
Основная деятельность				
Экскурсионное обслуживание	200	100	400	80000
Индивидуальное посещение	275	200	800	220000
Проведение платных мастер-классов	300	20	80	24000
Работа развивающих групп	3800	30	30	114000
Итого: основная деятельность				438000,0
Прочие услуги				
Проведение индивидуальных и групповых фотосессий	4000	2	8	32000
Фотосессия из 5 снимков на память	500	20	80	40000
Покупка корма для животных	50	100	400	20000
Сувениры на память	100	20	80	8000
Итого: прочие услуги				100000,0
ИТОГО все услуги	-	-	-	538000,0

Финансовый план

Себестоимость услуг контактного зоопарка представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе деятельности и реализации услуг природных ресурсов, сырья, материалов, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на их производство и реализацию, поэтому планирование себестоимости услуг производится на основе данных, характеризующих эффективное использование средств и ресурсов, а также качества, надежности и экономической безопасности обслуживания.

Важным этапом планирования себестоимости услуг является оценка фактических затрат предприятия, поэтому необходимым условием должно быть своевременное, полное и достоверное отражение фактических затрат на производство и реализацию услуг в документах финансово-хозяйственной деятельности, а также контроль за эффективностью использования средств и ресурсов.

Расчет себестоимости услуг, а именно входного билета и месячного абонемента на занятия в детские группы, производится исходя из затрат за месяц. Для расчета себестоимости единицы услуги необходимо предварительно определить себестоимость реализации общего объема услуг, в том числе по видам услуг.

В **Приложении 5**, в таблице 1 представлен расчет себестоимости услуг по месяцам, в таблице 2 представлен финансовый план.

Необходимый размер инвестиций в проект составляет 822 тысячи рублей. Источники финансирования: Кредит в банке (602 тысячи рублей), а также собственные средства учредителя (220 тысяч рублей).

Показатель срок окупаемости инвестиций рассчитывается по следующей формуле:

$$PP = I/P,$$

где PP – срок окупаемости инвестиций,

I– сумма инвестиций в проект,

P– среднемесячная прибыль.

Рассчитаем срок окупаемости:

$$PP = 822000 / 233574 = 3,5 \sim 4 \text{ месяца}$$

Сумма 233574 руб. складывается из следующего расчета:

[Выручка от продаж минус (сумма постоянных и переменных затрат)] минус -6% (налог на доходы по УСН) = [538000 – (164704 + 135450)] - 6%

$$[538000 - (164704 + 135450)] - 6\%$$


ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Информационно-рекламный плакат



Узнайте подробности по телефону 89648283332 или

 [live_school_](#)

Ждем вас по адресу г.
Хабаровск ул. Карла-
Маркса, 61

“ЖИВАЯ ШКОЛА”

Внимание! Внимание! Внимание!

Мы представляем контактный зоопарк “Живая Школа”.

Вы можете провести время не только весело, но и с пользой.

В нашем центре проходят развивающие занятия для детей от 3 до 12 лет.

Мастер-классы и экскурсии для всех желающих.

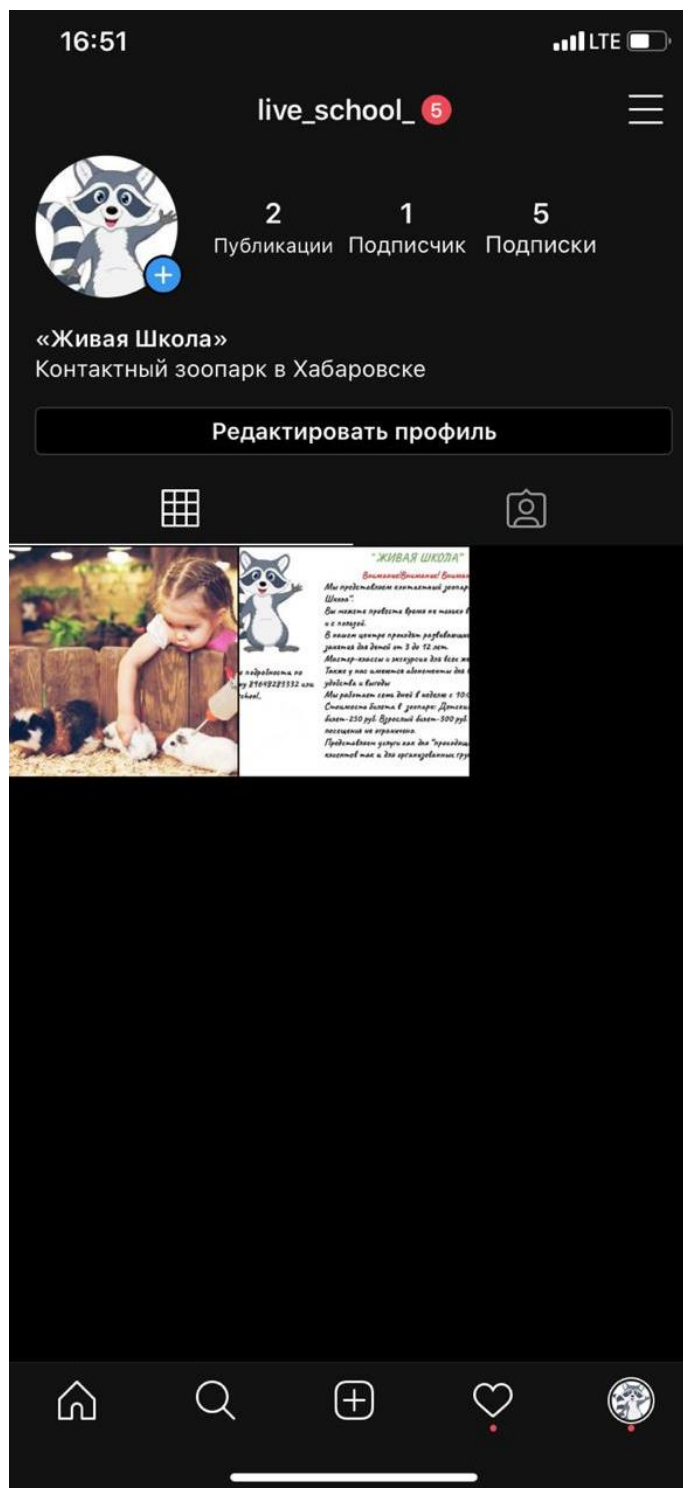
Также у нас имеются абонементы для вашего удобства и выгоды


Мы работает семь дней в неделю с 10:00-20:00

Стоимость билета в зоопарк: Детский билет-250 руб. Взрослый билет-300 руб. Время посещения не ограничено.

Представляем услуги как для “проходящих” клиентов так и для организованных групп.

Аккаунт в «Инстаграм»



З А Я В К А		
на государственную регистрацию обозначения в качестве товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака в Российской Федерации		
ДАТА ПОСТУПЛЕНИЯ оригиналов документов заявки	(210) РЕГИСТРАЦИОННЫЙ №	ВХОДЯЩИЙ №
<p style="text-align: center;">В Федеральную службу по интеллектуальной собственности Бережковская наб., д. 30, корп. 1, г. Москва, Г-59, ГСП-3, 125993, Российская Федерация</p> <p style="text-align: center;">ЗАЯВЛЕНИЕ</p> <p>Прошу зарегистрировать заявляемое обозначение в качестве товарного знака (знака обслуживания) в Федеральной службе по интеллектуальной собственности</p>		<p><i>(750) АДРЕС ДЛЯ ПЕРЕПИСКИ (полный почтовый адрес, фамилия, имя, отчество (последнее – при наличии) или наименование адресата)</i></p> <p>680052, Россия, Хабаровский край, г. Хабаровск, ул. Воровского, д. 22-а, кв. 48, Индивидуальному предпринимателю Бочковой Ирине Николаевне, Патентному поверенному РФ</p> <p>Телефон: 8-914-412-84-41 Факс: (4212) 58-50-32 E-mail: intaliana@mail.ru</p>
<p><i>(731) ЗАЯВИТЕЛЬ (Указывается полное наименование юридического лица, полный адрес места нахождения юридического лица (согласно учредительному документу) или ФИО индивидуального предпринимателя и полный адрес места жительства индивидуального предпринимателя, название страны)</i></p> <p>ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ ВНУКОВА АЛИНА СЕРГЕЕВНА</p> <p>Адрес места жительства: 679016, Россия, ЕАО, г. Биробиджан, улица Кутузова, дом 39</p>		<p>ИДЕНТИФИКАТОРЫ ЗАЯВИТЕЛЯ:</p> <p>ОГРН: ОГРНИП:</p> <p>ИНН: 250805335649</p> <p>КПП:</p> <p>КОД страны по стандарту ВОИС ST.3 (если он установлен): RU</p>
<p><i>(740) ПРЕДСТАВИТЕЛЬ (И) ЗАЯВИТЕЛЯ</i> Указанное(ые) ниже лицо(а) назначено(ы) заявителем(ями) для ведения дел по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания в Федеральной службе по интеллектуальной собственности</p>		<p>Является</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Патентным(и) поверенным(и)</p> <p><input type="checkbox"/> Иным представителем</p>
<p>Фамилия, имя, отчество (последнее – при наличии): Бочкова Ирина Николаевна</p> <p>Адрес: 680052, Хабаровский край, г. Хабаровск, ул. Воровского, дом 22-а, кв. 48</p>		<p>Телефон: 8-914-412-8441 Факс: (4212) 58-50-32 E-mail: intaliana@mail.ru</p>
<p>Срок представительства: <i>(заполняется в случае назначения иного представителя без представления доверенности)</i></p>		<p>Регистрационный номер) патентного поверенного 910</p>
<p><input type="checkbox"/> (540) ИЗОБРАЖЕНИЕ ЗАЯВЛЯЕМОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ (571) ОПИСАНИЕ ЗАЯВЛЯЕМОГО ОБОЗНАЧЕНИЯ</p>		
		<p>На регистрацию заявлено комбинированное обозначение в качестве товарного знака (знака обслуживания), состоящее из слов и изображения. Словесные элементы «ЖИВАЯ ШКОЛА» выполнены прописными буквами русского алфавита (в кириллице). Слова расположены в ряд, снизу от изобразительного элемента.</p> <p>Изобразительный элемент представляет собой стилизованное изображение животного, а именно хомячка с разведенными в стороны лапками, с белым брюшком и полосатым хвостиком, разного цвета.</p> <p>Данное обозначение является фантазийным и семантически нейтральным по отношению к заявленному перечню товаров и услуг.</p>
<p><input type="checkbox"/> заявляемое обозначение представлено на отдельном материальном носителе, а именно: серый, белый, зеленый, светло-серый, синий, светло-коричневый</p> <p><input type="checkbox"/> (591) Цвет или цветовое сочетание <i>(если испрашивается государственная регистрация знака в цветном исполнении):</i></p>		

Приложение 4

Результаты исследования конкурентов

Наименование конкурента		Арлекин	Family park	Лимпопо	Гулливер	Первый классный	Цыпа	Приамурский	Лего центр
Расположение	Где расположен	Центр	Железнодорож	Железнодорож	Южный	Центр	Железнодорож	Пригород	Железнодорож
Число мест	Всего	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных
	На занятиях	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных
Время работы		10:00-21:00	10:00-21:00	10:00-21:00	10:00-20:00	10:00-21:00	11:00-20:00	10:00-18:00	11:00-20:00
Услуги	Занятия	400-800 руб.	Нет данных	Нет данных	Нет данных	200	Нет данных	Нет данных	Нет данных
	Мероприятия	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	от 8000	Нет данных	Нет данных	Нет данных
	Фотограф	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	нет	Нет данных	Нет данных	Нет данных
	Мастер класс	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	от 100	Нет данных	Нет данных	Нет данных
	Сувениры	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	нет	Нет данных	Нет данных	Нет данных
	Посещение	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных	400-500 руб/ безл.	Нет данных	Нет данных	Нет данных

Приложение 5

Таблица 1

Себестоимость услуг

Показатели	января	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Материальные затраты	68459	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Заработная плата работников	149965	149965	149965	149965	149965	149965	149965	149965	149965	149965	149965	149965
Отчисления в социальные фонды	22950	22950	22950	22950	22950	22950	22950	22950	22950	22950	22950	22950
Прочие затраты	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Итого	243374	194915	194915	194915	194915	194915	194915	194915	194915	194915	194915	194915

Таблица 2

Финансовый План

Показатели	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Выручка	538000	538000	520000	530000	538000	538000	529000	528200	538000	538000	538000	538000
Издержки	300154	299150	298200	300154	300154	300154	300154	299150	300154	300000	300154	300154
Постоянные	164704	164704	164704	164704	164704	164704	164704	164704	164704	164704	164704	164704
Переменные	135450	134446	133496	135450	135450	135450	134446	135450	135450	135296	135450	135450
Валовая прибыль	294626	343085	325085	335085	343085	343085	334085	333285	343085	343085	343085	343085
Единый налог	22039	22039	22039	22039	22039	22039	22039	22039	22039	22039	22039	22039
Чистая прибыль	233574	224519	208492	216055	233574	233574	216059	214363	233574	223720	233574	233574

Романченко Ю.А. Бизнес-план по созданию предприятия по переработке пластиковых бутылок ООО «ЭкоПластмасс»

Романченко Юлия Андреевна.

Научный руководитель: Коротичкая Валерия Валерьевна
Институт педагогического образования и менеджмента филиал ФГАОУ ВО КФУ
имени В. И. Вернадского в г. Армянске

Раздел I. Резюме

Главная цель проекта – это создание предприятия по сбору, сортировке и переработке пластиковых бутылок в городе Армянск с населением порядка 21 тыс. человек. Также предполагается продажа вторсырья (товарных гранул) на заводы – производители пластмассовых изделий в Республике Крым.

Пластиковые бутылки уже давно являются проблемой больших и малых городов. Не многие люди задумываются о том, что пластик является одной из самых больших экологических проблем в мире. Каждым жителем в год выбрасывается в среднем 200 кг отходов из пластмасс, а время разложения одной пластиковой бутылки более 200 лет. Поскольку пластик дешево изготовить, то прекращать его производство пока никто не собирается. Также пластиковые бутылки достаточно дешево принимают в отличие от стеклянных, что является причиной того, что проще выбросить бутылку вместе с мусором, чем отнести в приемный пункт.

Поэтому, сбор и переработка вторсырья – пластика, является одной из доходных бизнес идей. Конкурентная среда в данной сфере бизнеса (сбор, сортировка и переработка) вполне благоприятна для инвестиций.

Стратегическая цель проекта – снижение уровня загрязнения пластиковыми отходами. Это будет достигнуто вследствие реализации данного проекта и достижение его тактической цели. Тактическая цель проекта – переработка пластиковых бутылок и продажа вторсырья (товарных гранул) на специализированные предприятия.

Данный проект выполняется не только в интересах одного лица (руководителя), но и в интересах всего населения, проживающих на территории города Армянска.

Для организации заведения потребуется оформить общество с ограниченной ответственностью, с упрощенной системой налогообложения для

более простой отчетности. Также необходимо будет получить лицензию.

Проектом предусмотрено приобретение специализированного оборудования (линия гранулирования, роторный измельчитель, агломератор, упаковочная машина). Для установки необходимого оборудования выбрано складское помещение в г. Армянске, которое располагается в промышленной зоне и имеет квадратуру 200 кв. м.

Создание предприятия по переработке пластиковых бутылок – это создание новых рабочих мест первоначально в количестве 5, с последующим увеличением.

Учитывая малое количество конкурентов по Республике Крым, и отсутствие конкурентов в г. Армянск, можно сделать вывод, что предприятие займет стабильное место на рынке сбора, переработки и поставки вторсырья.

Проект внесет немаловажный вклад в экономическое и самое главное экологическое оздоровление города и сельских территорий.

Срок реализации проекта составит 5 месяцев.

Реализация проекта позволит:

- снизить объемы необработанных бытовых отходов;
- улучшить санитарное состояние и экологию города Армянска;

Рассмотрим в табл. 1 основные финансовые показатели проекта.

Таблица 1

Основные финансовые показатели проекта

Наименование	Единицы измерения	Значение
Первоначальные затраты	руб.	3 070 000
Чистая прибыль (1й год)	руб.	1 105 722
Суммарный денежный поток (1й год)	руб.	5 783 400
Ставка дисконтирования	%	11
Рентабельность продаж	%	21,2
Рентабельность затрат	%	57,7
Точка безубыточности	руб.	3 666 787
Срок окупаемости	мес.	36
ЧДД	руб.	3 477 751

Раздел II. Общее описание предприятия

Полное наименование проекта: бизнес-план по созданию предприятия переработке пластиковых бутылок ООО «ЭкоПластмасс»

Суть проекта: создание предприятия по сбору, сортировке и переработке пластиковых бутылок, и последующая продажа вторсырья (товарных гранул) на специализированные предприятия.

Основной вид деятельности (по коду ОКВЭД): 38.32.53 – Обработка отходов и лома пластмасс. Дополнительный вид деятельности (по коду ОКВЭД): 46.77 – Торговля оптовая отходами и ломом. Вид собственности предприятия (по коду

ОКФС): 16 – частная собственность.

Создаваемое предприятие по сбору, сортировке и переработке пластиковых бутылок «ЭкоПластмасс» будет расположено по адресу: Республика Крым, г. Армянск, Северная промзона. Выбранное здание является складским помещением с площадью 200 кв. м. Оно отвечает всем требованиям для размещения оборудования по переработке бутылок.

Расположено помещение в 15 км от густонаселенной территории города Армянска, что позволяет обезопасить население от вредных выбросов. Также к зданию проложен удобный асфальтный путь. Санитарная зона вокруг предприятия составляет свыше 100 м., что позволяет организовать указанное выше производство, не выходя в противоречия СЭС.

Общее количество сотрудников будет составлять 5 человек:

- директор (1);
- водитель (1);
- рабочий по обслуживанию технологической линии по переработке пластика (1);
- сборщик-сортировщик (1);
- грузчик (1).

Учредителем и руководителем является Романченко Юлия Андреевна со 100% долей.

Предприятие самостоятельно определяет стратегические направления своей деятельности и развития; организует сбор и доставку сырья, его переработку и реализацию; по собственному усмотрению подбирает бизнес-партнеров. Предприятие действует на условиях самокупаемости и самофинансирования.

Раздел III. Товары и услуги

Проектом предусмотрено создание предприятия по сбору, сортировке и переработке пластиковых бутылок, а также дальнейшей продаже вторсырья (товарных гранул) на специализированные предприятия.

Одним из наиболее популярных материалов для изготовления современной пластиковой тары является полиэтилентерефталат или сокращенно – ПЭТ.

ПЭТ удалось стать достаточно популярным настолько, что им стали заменять стекло, а также другие виды пластмасс. Данный вид полимера рассматривается из-за его подавляющего превосходства на рынке полимеров и поэтому представляет наибольший интерес ввиду большей доступности сырья.

Планируется, что пластиковые бутылки будут приобретаться, в основном, у местного населения по цене 10 рублей за 1 кг.

Пластиковая бутылка объемом в 0,5 литра весит – 0,017 кг; объемом в 1 литр – 0,035 кг; объемом в 1,5 литра – 0,045 кг; объемом в 2 литра – 0,07 кг. В среднем вес пластиковой бутылки составляет 0,042 кг. Учитывая население города – около 21 тыс. человек, в среднем за один день можно собрать 850 кг пластиковых отходов.

В результате переработки пластиковых бутылок можно получить несколько основных товарных сырьевых полуфабрикатов – «агломерат», «дробленка», «флекс» и «гранулы». Агломерат, дробленка и флекс являются результатами начальной переработки различных видов полимерных отходов, а гранулы – продукт наиболее глубокой сырьевой переработки пластмасс.

Поэтому, основной продукцией предприятия будут являться товарные гранулы. Если из 1 кг пластиковых отходов получается примерно 0,8 кг гранул, то из 850 кг получится 680 кг гранул.

Таким образом, конечной продукцией будет являться гранулы ПЭТ размером примерно от 2 до 9 мм различной цветовой гаммы, расфасованные в мешки массой по 25 кг.

Раздел IV. Маркетинг-план

На данный момент в г. Армянске нет предприятий по сбору и переработке пластиковых отходов. Поэтому прямые конкуренты отсутствуют. В табл. 2 рассмотрим SWOT-анализ факторов, влияющих на достижение целей программы.

Таблица 2

SWOT-анализ

Внутренние факторы	Внешние факторы
Силы: – отсутствие конкурентов; – заинтересованность населения органов местного самоуправления в решении проблем загрязнения.	Возможности: – открытие заводов в соседних регионах; – применение передовых технологий сбора и переработки отходов;
Слабости: – низкая экологическая культура населения и слабая информированность населения по вопросам безопасного обращения с отходами; – использование только одного вида сырья.	Угрозы: – появление конкурентов в данной сфере деятельности; – колебание спроса и уровня цен на вторичные материальные ресурсы;

Важнейшим из условий гарантирующих успех данного проекта, является ряд преимуществ, с помощью которых предприятие планирует занять достойные места на рынке услуг переработки вторсырья в Республике Крым, в том числе за

счет благоприятных для предприятия внешних факторов:

- высокая доля и рост количества бытовых отходов.
- рынок переработки все более актуален, в связи с ростом потребления и загрязнением окружающей среды.

– не насыщенность рынка, связанная с явным недостатком предприятий, деятельность которых направлена на сбор, сортировку и переработку вторсырья.

Преимуществом создаваемого предприятия является удобное расположение, инновационное оборудование, доступность и неограниченность ресурсов (пластиковых бутылок).

Число фирм существующих на рынке, предлагающие сбор, закупку и переработку вторсырья из пластиковых бутылок невелико и в основном частные предприятия. Основной вид продукции конкурентов – производство флекса, ПЭТ гранулята.

В Северном Крыму нет подобных предприятий. Ближайшими конкурентами предприятия по переработке пластиковых бутылок являются предприятия, находящиеся в г. Симферополь и г. Севастополь.

Основные конкурентами предприятия:

1. ООО, «Вторэкоресурсы», расположенное в г. Симферополь, ул. Северная, 4. Данное предприятие занимается закупкой пластиковых бутылок, труб, ящиков и др., а также переработкой вторсырья.

2. ООО «Мартин-полимер», расположенное в г. Севастополь, Фиолентовское шоссе, 9. Данное предприятие занимается переработкой вторичных полимеров, а также закупкой любых видов вторичных полимеров.

3. ООО «Севастопольвторресурсы», расположенное в г. Севастополь, ул. Индустриальная, 11б. Предприятие оказывает услуги по вывозу вторсырья, а также занимается сбором пластиковых бутылок, макулатуры и др.

4. ООО «Салер», расположенный в г. Севастополь, ул. Громова, 52. Предприятие занимается закупкой различных видов пластика, а также предоставляет услуги по их дроблению, мойке, гранулированию, складированию и продаже.

Цены на приём отходов пластиковой бутылки у конкурентов колеблются от 7 руб. до 22 руб. за килограмм.

Рассмотрим план рекламных мероприятий в табл. 3

Таблица 3

План рекламных мероприятий:

№ п/п	Наименование	Первый год (по кварталам), руб.				Итого, руб.
		1 период	2 период	3 период	4 период	
1.	Реклама в интернете	2 500	2 500	2 500	2 500	10 000

Для привлечения клиентов будут использоваться методы наружной интернет рекламы (реклама в социальных сетях).

Рассмотрим в табл. 4 ценообразование

Таблица 4

Ценообразование:

№ п/п	Продукт	Планируемая цена		Средняя цена (руб.)
		Диапазон цен		
		Мин.	Макс.	
1.	Товарные гранулы	30	40	35

Стратегия предприятия в части сбыта конечной продукции (отсортированное вторичное сырье) состоит в создании контактов с сетью потребителей в виде малых и средних предприятий, производящих из отсортированного вторичного сырья экологически чистую продукцию.

Определение целевых групп. Процентное соотношение использования гранул (из пластиковых бутылок) в изготовление продукции составляет:

– воспроизводство бутылок, ящиков – 45%.

К потребителям вторичного сырья (товарных гранул), изготавливаемого из отходов пластиковых бутылок можно отнести специализированные компании по производству пластмасс.

Вторичные гранулы широко востребованы в производстве:

– преформ для ПЭТ, бочек, канистр, бутылок под бытовую химию, емкостей, ящиков;

– полиэтиленовой пленки;

– утеплителей для одежды, наполнителя мягких игрушек и спальных мешков;

– комплектующих для автопрома (крышки моторов, панели, бамперы) и много другого.

Потенциальным потребителем предприятия является ООО «T-Rexenergy GmbH», расположенное в г. Симферополь, ул. Ковыльная, 38. Данное предприятие занимается закупкой вторичной гранулы ПП, ПВХ, ПНД, ПЭТ и другое.

Рассмотрим в табл. 5 план сбыта.

Таблица 5

План сбыта

№ п/п	Наименование	Ед. изм.	Первый год (по кварталам), руб.				Итого, руб. (243)
			1 период (56)	2 период (57)	3 период (65)	4 период (65)	
1.	Товарные гранулы	Кол-во	38 080	38 760	44 200	44 200	165 240
		Цена, руб.	35	35	35	35	
		Сумма, руб.	1 332 800	1 356 600	1 547 000	1 547 000	5 783 400
Всего							5 783 400

Таким образом, выручка от реализации за 1й год – 5 783 400 руб.

Раздел V. Производственный план

Срок реализации проекта составит 5 месяцев. Из них, 4 месяца уйдет на получение лицензии. В первый месяц планируется регистрация ООО, аренда и ремонт здания. В течение второго, третьего месяца и четвертого месяца – установка оборудования. В течение пятого месяца планируется заключение договоров, найм и обучение персонала и последующий запуск предприятия.

В табл.6 рассмотрим график подготовительного периода проекта.

Таблица 6

График подготовительного периода проекта

Наименование этапа	Время (месяц)				
	1	2	3	4	5
Регистрация ООО	■				
Аренда и ремонт здания	■				
Получение лицензии		■	■	■	
Установка оборудования		■	■	■	
Заключение договоров					■
Найм и обучение персонала					■
Запуск предприятия					■

В табл. 7 рассмотрена стоимость производственных площадей и помещений.

Таблица 7

Производственные площади и помещения

№ п/п	Наименование	Первый год (по кварталам), руб.				Итого, руб.
		1 период	2 период	3 период	4 период	
Производственные помещения						
1.	Арендная плата	75 000	75 000	75 000	75 000	300 000
2.	Ремонтные работы	6 500	6 500	6 500	6 500	25 000
Всего		81 500	81 500	81 500	81 500	325 000

Оборудование для переработки пластиковых бутылок – это важнейшая часть данного проекта. Предприниматели утверждают, что нецелесообразно

закупать иностранное оборудование. Поэтому планируется приобрести оборудование российского производства, которое стоит дешевле и ремонтируется проще. В табл. 8 приведен список необходимого оборудования для переработки пластиковых бутылок.

Таблица 8

Капитальные вложения (оборудование)

№ п/п	Наименование, характеристика	Цена, руб.	Количество (ед.)	Итоговая стоимость, руб.
1	Линия гранулирования	2 215 000	1	2 215 000
2	Роторный измельчитель	250 000	1	250 000
3	Агломератор	245 000	1	245 000
4	Упаковочная машина	290 000	1	290 000
Всего				3 000 000

Инвестиции в ремонт и подготовку помещения составят 3 325 000руб.

Организационно-техническая схема переработки пластиковых бутылок следующая:

1. Пластиковые бутылки подаются на ленточный конвейер.
2. Магнитный сепаратор, который установлен на ленточном конвейере, удаляет посторонние металлические включения.
3. Бутылки по ленточному конвейеру перемещаются на сортировочный стол, как правило сортировка проводится рабочими вручную.
4. Отсортированные бутылки перемещаются в накопительный бункер дробильной установки.
5. С помощью пресса бутылки подаются на дробление, где в дробильной установке они измельчаются до размера хлопьев.
6. С помощью аспиратора бутылки отсасываются из дробильного устройства. грязь собирается мешочными фильтрами.
7. Хлопья поступают в циклонный сепаратор. наклейки воздушным потоком поступают в сборочный фильтр, а хлопья перемещаются на шнековый конвейер.
8. Шнековый конвейер перемещает хлопья в флотационный сепаратор, где происходит промывка и очистка.
9. Чистые пэт хлопья подаются в центрифугу, где удаляется вода, далее уже чистые хлопья подаются в упаковочную машину, для дозирования и упаковки хлопьев.
10. Грязная вода аккумулируется в емкостях и с помощью насосов подается в очистительную систему.

В табл. 9 рассмотрены прямые затраты – сырье и материалы.

Таблица 9

Прямые затраты – сырье и материалы

№ п/п	Наименование	Ед. изм.	Первый год (по кварталам), руб.				Итого, руб. (243)
			1 период (56)	2 период (57)	3 период (65)	4 период (65)	
1.	Пластиковые бутылки	Кол-во	47 600	48 450	55 250	55 250	206 550
		Цена, руб.	10	10	10	10	
		Сумма, руб.	476 000	484 500	552 500	552 500	2 065 500
2.	Мешки, 25 кг.	Кол-во	1 526	1 554	1 770	1 770	6 620
		Цена, руб.	9, 50	9, 50	9,50	9, 50	
		Сумма, руб.	14 497	14 763	16 815	16 815	62 890
Всего						2 128 390	

В табл. 10 рассмотрены накладные (косвенные) затраты

Таблица 10

Накладные (косвенные) затраты

№ п/п	Наименование	Первый год (по кварталам), руб.				Итого, руб.
		1 период	2 период	3 период	4 период	
<i>Производственные затраты</i>		385 200	366 900	380 500	380 500	1 513 100
1.	Обучение производственного персонала	20 000				20 000
2.	Транспортные расходы для производства (20% от бутылок)	(476 000 *20%) 95 200	96 900	110 500	110 500	413 100
3.	Аренда производственных площадей	75 000	75 000	75 000	75 000	300 000
4.	З/п производственного персонала	195 000	195 000	195 000	195 000	780 000
<i>Административные затраты</i>		137 500	137 500	137 500	137 500	550 000
1.	З/п административного персонала	75 000	75 000	75 000	75 000	300 000
2.	Связь и коммуникации	3 750	3 750	3 750	3 750	15 000
3.	Услуги бухгалтерии	20 000	20 000	20 000	20 000	80 000
4.	Услуги банка	3 750	3 750	3 750	3 750	15 000
5.	Услуги прочих сторонних организаций (электроэнергия, вода, вывоз мусора и прочее)	35 000	35 000	35 000	35 000	140 000
Всего		522 700	504 400	518 000	518 000	2 063 100

Раздел VI. Организация управления

Для обслуживания производства и полноценного функционирования предприятия планируется создать рабочие места для 5-ти человек. Организационная структура будет состоять из следующих организационных единиц:

- директор, осуществляющий руководство предприятием.
- водитель. В его функции водит вождение и перевозка сырья.

– рабочий по обслуживанию технической линии по переработке пластиковых бутылок.

– сборщик- сортировщик, осуществляющий сбор и сортировку сырья.

– грузчик.

Организационная структура управления предприятия «ЭкоПластмасс» является линейной (рис. 1).



Рисунок 1. Организационная структура управления

Время работы предприятия: с 9:00 до 18:00. На такую работу принимаются люди без высшего образования и особых навыков, однако опыт работы на производстве будет преимуществом. Водитель работает по плавающему графику в зависимости от того, нужна ли машина для перевозки. Требованиями к водителю является наличие прав категории С и Е.

Рассмотрим в табл. 11 затраты на оплату труда.

Таблица 11

Затраты на оплату труда

№ п/п	Наименование должности	Показатели	Первый год (по кварталам), руб.				Итого, руб.
			1 период	2 период	3 период	4 период	
1.	<i>Административный персонал</i>		75 000	75 000	75 000	75 000	300 000
1.1.	Директор	Кол-во	1	1	1	1	
		Размер з/п	75 000	75 000	75 000	75 000	300 000
2.	<i>Производственный персонал</i>		195 000	195 000	195 000	195 000	780 000
2.1.	Водитель	Кол-во	1	1	1	1	
		Размер з/п	60 000	60 000	60 000	60 000	240 000
2.2.	Рабочий по обслуживанию технической линии	Кол-во	1	1	1	1	
		Размер з/п	45 000	45 000	45 000	45 000	180 000
2.3.	Сборщик-сортировщик	Кол-во	1	1	1	1	
		Размер з/п	45 000	45 000	45 000	45 000	180 000
2.4.	Грузчик	Кол-во	1	1	1	1	
		Размер з/п	45 000	45 000	45 000	45 000	180 000
Всего по персоналу (п.1+ п.2)			270 000	270 000	270 000	270 000	1 080 000
Страховые взносы (п.3. *30,4%)							328 320

Итого фонд оплаты труда (п.3+п.4)	1 408 320
-----------------------------------	-----------

Раздел VII. Капитал и организационно-правовая форма предприятия

Обращение за кредитными средствами не планируется. Собственные средства – 100%.

Предпочтительной организационно-правовой формой является Общество с ограниченной ответственностью. Предпочтительной формой налогообложения проекта является Упрощенная система налогообложения (УСН).

Раздел VIII. Финансовый план

Период прогнозирования: один год с ежемесячной разбивкой.

В табл. 12 рассмотрим структуру капитала.

Таблица 12

Структура капитала

Источники финансирования	Сумма, руб.	Удельный вес, %
Собственные средства	3 070 000	100%

В табл. 13 рассмотрена смета затрат по источникам финансирования инвестиционного периода проекта.

Таблица 13

Смета затрат по источникам финансирования подготовительного периода проекта

Направления	Сумма затрат, руб.
Сырье, материалы	2 128 390
Лицензия	60 000
Обучение производственного персонала	20 000
Транспортные расходы для производства	413 100
Связь, коммуникация (Интернет)	15 000
Услуги бухгалтерии	80 000
Услуги банка	15 000
Услуги прочих организаций	140 000
Регистрация ООО	10 000
Аренда	300 000
Затраты на рекламу	10 000
Заработная плата персоналу	1 080 000
Покупка оборудования	3 000 000
Проведение ремонтных работ	25 000
Всего	7 296 490

Затраты инвестиционного периода составят 7 296 490 руб.

Для реализации проекта понадобятся оборотные средства в размере 3 070 000 руб. Источник финансирования – собственный капитал.

Рассмотрим налоги и отчисления за первый год деятельности в табл. 14.

Таблица 14

Налоги и отчисления за первый год деятельности

№ п/п	Наименование	Первый год (по кварталам), руб.				Итого, руб.
		1 период	2 период	3 период	4 период	
1.	Единый налог (УСНО), 10%	24 377	25 711	36 386	36 385	122 859
2.	Страховые взносы (за работников)	82 080	82 080	82 080	82 080	328 320
Всего		106 457	107 791	118 466	118 465	451 179

Рассмотрим отчет о финансовых результатах в табл. 15.

Таблица 15

Отчет о финансовых результатах

Наименование показателя	2020 г. (в руб.)
Выручка	5 783 400
Себестоимость продаж	2 128 390
Прочие расходы	2 426 420
Прибыль до налогообложения	1 228 590
Налог УСН, 10%	122 859
Чистая прибыль	1 105 731

В табл. 16 представлен расчет точки безубыточности.

Таблица 16

Расчет точки безубыточности

Наименование показателя	Формула расчета	Значение
Маржинальный доход	Выручка – Прочие расходы	3 356 980 руб.
Коэффициент маржинальной прибыли	Маржинальный доход/Выручка	0,58 %
Точка безубыточности	Себестоимость продаж/ Коэффициент маржинальной прибыли	3 666 787 руб.

В табл. 17 представлен расчет срока окупаемости.

Таблица 17

Расчет срока окупаемости

Срок окупаемости	Прибыль (убыток), руб.
1й год	- 1 964 269
2й год	- 858 538
3й год	247 193

Срок окупаемости составит 3 года. Величина прибыли составит 247 193 руб.

Для полного представления о деятельности предприятия, следует учесть риски:

- колебания стоимости вторсырья;
- снижение производительности предприятия;
- изменения в законодательной сфере;
- перебои в поступлении сырья;
- зависимость от качества работы персонала.

В табл. 18 представлен расчет рентабельности продаж и затрат.

Таблица 18

Расчет рентабельность продаж и затрат

Показатель	Формула расчета	Значение, %
Рентабельность продаж	Прибыль до налогообложения/Выручка	21,2
Рентабельность затрат	Прибыль до налогообложения/Себестоимость	57,7

В табл. 19 представлен расчет ставки дисконтирования.

Таблица 19

Расчет ставки дисконтирования

Период	Денежный поток
0	-3 070 000
1	404 600
2	452 200
3	476 000
4	499 800
5	380 800
6	476 000
7	523 600
8	499 800
9	523 600
10	523 600
11	476 000
12	547 400
Всего	5 783 400
Ставка дисконтирования (ВСД)	11%

В табл. 20 представлен расчет чистого дисконтированного дохода

Таблица 20

Расчет чистого дисконтированного дохода

Период	Первоначальные затраты	Денежный поток	Денежный поток с нарастающим итогом	Дисконтированный денежный поток	Дисконтированный денежный поток с нарастающим итогом
1	3 070 000				
2		452 200	452 200	367 671	452 200
3		476 000	928 200	387 022	1 295 871
4		499 800	1 428 000	406 373	1 815 022
5		380 800	1 808 800	309 617	2 215 173
6		476 000	2 284 800	387 022	2 594 417
7		523 600	2 808 400	425 724	3 195 422
8		499 800	3 308 200	406 373	3 733 924
9		523 600	3 831 800	425 724	4 238 173
10		523 600	4 355 400	425 724	4 781 124
11		476 000	4 831 400	387 022	5 257 124
12		547 400	5 378 800	445 075	5 765 822

ЧДД	3 477 751				
-----	-----------	--	--	--	--

Тамарина В.О. Бизнес-план «автостоянка»

Тамарина Валерия Олеговна

Студентка 4курса, группы 41АМН

Направления подготовки 38.03.02

«Менеджмент»

Научный руководитель:

Коротыцкая В.В.

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

1.1. Резюме

Автовладельцев становится все больше с каждым годом. Согласно статистическим данным, число только легковых автомобилей на российских дорогах с 2010–го по 2020–ый год увеличилось примерно на 50%. Всего 10 лет назад в России ездило 28 млн легковых автомобилей, а в 2020-ом году их стало более 52,9 млн.

Такая популярность собственного транспорта обусловлена погодными условиями в регионах страны, а также относительной доступностью кредитных средств и прочих программ по займу денег населению.

Данные факты свидетельствуют о том, что все виды услуг, связанные с обслуживанием автомобилей, будут достаточно востребованы. В их число включается и бизнес по организации автостоянок.

Автостоянки – огороженные охраняемые участки, которые позволяют разместить владельцам свои автомобили. Прежде всего, такой услугой будут пользоваться ввиду недостаточности мест возле дома и работы, плохих погодных условий (постоянные ветра часто ломают ветки деревьев), а также из-за повышенной преступности в ночное время, ведь нередки случаи, когда машины взламывают или вовсе угоняют.

Организация автостоянки – несложный вид бизнеса, однако он потребует от вас определенных знаний и расчетов. В данном бизнес-плане будут рассмотрены все нюансы по организации такого рода предпринимательства.

Сумма первоначальных инвестиций составляет 1 005 528 рублей.

Точка безубыточности достигается на 4 месяц работы.

Срок окупаемости: 23 месяцев.

Средняя чистая прибыль: 146 837 рублей.

1.2. Описание предприятия

Цель бизнес плана автостоянки – разработка площадки на открытом воздухе, а также получение дохода за счет например хранения зимней или летней резины, прогрев машины, подкачка колес. Эти потоки доходов должны сделать первоначальные инвестиции прибыльными в течение первого года работы и обеспечить успешный бизнес на ежегодной основе, поскольку хранение автомобилей является неотъемной частью жизни автовладельцев.

Следует понимать, что автостоянки бывают разных видов:

- 1) министоянки вместимостью до 50 машин;
- 2) средние стоянки вместимостью 50-200 машин;
- 3) крупные паркинги вместимостью более 200 машин.

Кроме того, парковки могут быть как крытые (в помещении), так и под открытым небом. В первом случае вам потребуется больше ресурсов для организации дела.

Также стоянки могут находиться как в спальных районах, так и в центре, причем в первом варианте следует рассчитывать на поток посетителей в ночное время, так как машины будут ставить жители жилых домов. Во втором варианте большее количество мест будет занято днем офисными сотрудниками и студентами.

Кроме того, автостоянка может предлагать посетителям дополнительные услуги, такие, как:

- 1) подкачка колес;
- 2) хранение летних или зимних шин;
- 3) прогрев машины;
- 4) мытье лобового стекла.

Безусловно, наличие дополнительных услуг положительно скажется на вашей конкурентоспособности.

В данном бизнес-плане будет рассмотрен вариант открытия автостоянки под открытым небом в спальном районе вблизи рынка и местности без подземной парковки, так как жители именно таких домов в наибольшей степени нуждаются в хранении своих автомобилей, а так же потребители рыночной продукции.

Так же клиентам будут предоставляться скидочные карты и преимущества для людей с ограниченными возможностями.

Время работы автопарковки: круглосуточно семь дней в неделю. Бизнес подвержен сезонности: наибольший спрос наблюдается в зимнее время, летом же следует ожидать спад.

1.3. Описание продукта

Целевая аудитория автостоянок — это люди с достатком выше среднего, имеющие автомобили:

- 1) офисные работники, работающие в местах с ограниченным местом парковки;
- 2) люди, приезжающие в точки на недолгий срок (в торговые центры, государственные учреждения). В силу того, что не всегда в таких местах имеется просторная парковка, людям приходится пользоваться услугами платных стоянок;
- 3) жители близлежащих домов с узкими дворами и полным отсутствием подземного паркинга. В этом случае, потребность пользователя очевидна: безопасность железного коня в приоритете для любого владельца автомобиля. Иногда покупка места на подземной парковке стоит неподъемных денег, поэтому жителю легче платить за аренду близлежащей стоянки, чем приобретать парковочное место в доме.
- 4) Людям, которые приехали закупиться на рынок, сделать оптовые или розничные покупки.

Таким образом, необходимо определиться со своей целевой аудиторией и, исходя из ее потребностей, мы выбирали геолокацию нахождения будущей парковки.

1.4. Продажи и маркетинг

Автостоянка — это тот вид бизнеса, который лучше рекламировать оффлайн-методами. Какие способы нужно использовать?

Можно раздавать печатную продукцию автомобилистам или, что действеннее, оставлять ее на самом автомобиле недалеко от места вашего проекта. Такой способ позволит охватить как можно больше целевой аудитории и ожидается, что он принесет значимую отдачу;

Установка знаков парковки и других опознавательных знаков рядов с вашей автостоянкой. Очевидно, что проезжающие мимо автомобилисты в поисках места парковки могут увидеть знак и воспользоваться вашими услугами;

Наш паркинг находится недалеко от рынка, можно договориться с представителями о том, чтобы разместить флаеры с рекламой у них. Заведения получают очевидную выгоду: они всегда смогут сказать клиентам, что недалеко от них есть платная охраняемая парковка, которая работает круглосуточно. При этом вы будете иметь дополнительный поток посетителей;

Размещение листовок в подъездах жилых домов, жители которых так же могут воспользоваться вашей автостоянкой.

Так же можно добавить проведение акций, реклама в региональной газете и реклама по городскому радио.

Данные каналы охватывают наибольшую долю потенциальных клиентов и позволяют наиболее эффективно использовать рекламный бюджет.

Стоит отметить, что по мере реализации рекламной кампании необходимо анализировать эффективность каждого канала. Это позволит более точно определить основной источник целевой аудитории и быстрее приобрести постоянных клиентов.

Производственный план развития имеет важное значение для общей концепции. Бизнес должен стремиться сделать его местом для парковки в местном сообществе. Существует определенная атмосфера, которая должна быть создана для того, чтобы это произошло. Тип атмосферы, необходимый для успеха, зависит от разработки покрытия, охраны и безопасности на парковке. Чему спешнее тема, тем более вероятно, что автовладельцы вернутся и будут использовать поле на постоянной основе. Обсуждались несколько тем и решилось что на парковке будет эко-покрытие, видеонаблюдение и сигнализация. Агрессивная стратегия роста требует от нас принятия следующего списка в бизнес плане автостоянки:

1. Лето 2020 – Спецификации заявок, подготовленные для контрактных строительных услуг, получение разрешение на строительство, строительство, реклама.
2. Июнь 2020 – Расчистка и укладка эко-поверхности, установка забора, покупка видеокамер.
3. Июль 2020 – Установление забора, покупка видеокамер, шлагбаума, установка видеокамер, заказ рекламы.
4. Август 2020 – Открытие и работа стоянки, реклама по городскому радио, установка знаков «парковка», раздача флаеров, прикрепление под лобовые стекла.

Так как в основном клиентами буду жители близлежащих домов и потребители рынка, можно предлагать наши услуги для приезжих горожан, либо приезжих к горожанам гостей. Такое привлечение клиентов в заведение действительно обеспечат финансовую базу. Радиореклама кажется особенно эффективной, для достижения этого рынка. Кроме того, существует множество местных учреждений, которые обслуживают молодых людей, где могут совершаться совместные рекламные сделки

Еще раз, если территория правильно упаковано в качестве пункта для автостоянки, а не просто как автостоянка.

План производства

Юридическая регистрация бизнеса.

Открывая свою стоянку на начальной стадии, необходимо позаботиться об официальном оформлении деятельности. Самым простым и быстрым решением будет открытие физического лица – ФЛП (ЧП), а форму уплаты налогов – единый налог.

Не нужны оформления других юридических лиц, фактически автостоянка по законодательству России – это пункт хранения автомобилей.

Для работы автостоянки в России могут подойти такие ОКВЭДы:

– 52.21.24. Деятельность стоянок для транспортных средств.

Открыть ЧП можно в районной администрации, а единый налог в Районном отделении налоговой инспекции. Время на оформление документов 2-4 недели, а работать можно с момента первой уплаты единого налога еще до получения свидетельства плательщика единого налога.

Несет ли ответственность владелец автостоянки в случае несчастного случая, тут вопрос не всегда однозначный, с одной стороны владелец автостоянки делает инструктаж по технике безопасности, а с другой стороны не плохо бы обзавестись вейвером – документом об отказе от ответственности в случае несчастного случая.

В принципе, в работе автостоянки с официальной точки зрения все просто.

Процесс регистрации занимает по времени всего 3 рабочих дня и начинается с подачи заявления в местное подразделение ФНС и заканчивается получением соответствующей выписки из ЕГРИП. Она служит свидетельством о регистрации ИП. Максимальная сумма оплаты за регистрацию составляет 10 тысяч руб.

Территория.

В качестве территории будет использоваться земельный участок находящийся по адресу: г. Армянске, ул. Спортивная д. 3. (приложение 1). Территория будет оснащена эко-покрытием, забором, видеонаблюдением, шлагбаумом.

Для открытия автостоянки необходимо следующее:

1. Зарегистрировать юридическое лицо — ИП;
2. Подобрать земельный участок;
3. Построить инфраструктуру;

4. Закупить оборудование;
5. Начать работу.

В результате, для открытия клуба потребуется 7 недель. Первоначально необходимо зарегистрировать юридическое лицо — ИП (ОКВЭД 52.21.24. «Деятельность стоянок для транспортных средств»). Система налогообложения УСН «доходы-расходы». Данная система позволит сократить расходы по налогу на доход. Как только все документы в налоговой будут получены, можно открывать счет в банке.

По результатам регистрации в налоговой, переход к оснащению земельного участка. Следующим шагом необходимо построить инфраструктуру на территории. К ней относятся забор, эко-покрытие и шлагбаум. Далее можно приступать к закупке камер видеонаблюдения. Его можно покупать как готовыми комплектами, так и каждую позицию отдельно.

Таблица 1

Этап/продолжительность, нед.	1	2	3	4	5	6	7
Регистрация ИП							
Подбор ЗУ							
Строительство инфраструктура							
Закупка оборудования							
Начало работы							

Организационная структура

В бизнес план автопарковки необходимо заранее внести и количество персонала.

При открытии клуба потребуется следующий персонал:

- 1) директор;

Таким образом, общая численность составит 1 человек. Первоначально директором должен быть собственник бизнеса. Это позволит повысить операционную эффективность и сэкономить на затратах на персонал. Директор ответственен за создание рекламной кампании, работает с рекламным агентством.

Таблица 2

Данные о заработной плат

Постоянные расходы	Оклад	Количество сотрудников	Сумма	Средняя з/п в месяце на сотрудника
Директор	25000	1	25000	25000
Страховые взносы			3250	
Итого ФОТ			28250	

Общие инвестиции на открытие составляют 1 206 000 рублей. Наибольшие затраты приходятся на закупку оборудования и установку (829 500 рублей) и плюс

коммунальные услуги и номинальная плата за уборку на конец года для любых областей, которые необходимо восстановить в исходное состояние.

Финансовый план

Таблица 3

Капитальные затраты на открытие автостоянки, руб.

Наименование	Количество	Цена за 1 шт.	Общая сумма
Касса	1	8000	8000
Видеонаблюдение	4	7900	31600
Шлагбаум	1	40000	40000
Эко-покрытие	3850	165	635250
Забор из профнастила	35	650	22750
Итого:			837500

Общая сумма затрат на приобретение оборудования составляет 837 500 рублей. Наибольшие затраты приходятся на закупку эко-покрытия (635 250 рублей), шлагбаума (40 000 рублей) и закупку видеонаблюдения (31 600 рублей). Остальные затраты находятся в диапазоне от 8 000 рублей до 22 750 рублей.

Начальные инвестиции для открытия бизнеса, включая регистрацию и оформление, выглядят следующим образом:

Таблица 4

Инвестиции на открытие	
Регистрация, включая получение всех разрешений	30000
Вывеска	15000
Реклама	25000
Закупка оборудования	837500
Прочие расходы	15000
Итого	922500

Общие инвестиции на открытие составляют 1 005 528 рублей. Наибольшие затраты приходятся на закупку оборудования (837 500 рублей).

Ежемесячные затраты будут составлять, руб.:

Таблица 5

Ежемесячные затраты	
ФОТ (включая отчисления)	28250
Амортизация	2778
Коммунальные услуги	4000
Реклама	5000
Непредвиденные расходы	5000
Итого	45028

Средние ежемесячные затраты автостоянки составляют 45 028 рублей. Из них 25 000 рублей на оплату труда сотрудников. Также 5 000 рублей в месяц необходимо тратить на рекламу. Средняя выручка составляет 54 000 рубля, прибыль — 8 972 рублей.

Факторы риска

К основным рискам при открытии автостоянки можно отнести:

- отсутствие спроса в регионе.

Данный риск связан с тем, что спрос в городе может быть низким или отсутствовать. Для снижения риска необходимо оценить покупательную способность региона.

- высокая конкуренция.

Для снижения данного риска необходимо предлагать клиентам систему скидок для постоянных клиентов и людей с ограниченными возможностями.

Подводя итоги можно сказать что бизнес-план рентабелен и вполне осуществим. Автостоянки – популярны на оживленных территориях. Это связано, во-первых, с тем, что автовладельцы заботятся о своих автомобилях. Во-вторых, это возможность спокойно отдыхать и не думать о безопасности автомобиля.

Таким образом, финансовые показатели проекта будут следующие:

- 1) срок окупаемости составляет 23 месяцев;
- 2) первоначальные вложения будут равны 1 005 528 руб;
- 3) точка безубыточности достигается на 4 месяц работы предприятия;
- 4) средняя ежемесячная прибыль 146 837 рубля в месяц;
- 5) рентабельность продаж составляет 60%.

Авторы

Внукова Алина Сергеевна

Краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Хабаровский техникум техносферной безопасности и промышленных технологий» (ХТТБПТ)

Кострыкина Алёна Сергеевна

Краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Хабаровский техникум техносферной безопасности и промышленных технологий» (ХТТБПТ)

Романченко Юлия Андреевна

Институт педагогического образования и менеджмента филиал ФГАОУ ВО КФУ имени В. И. Вернадского в г. Армянске

Тамарина Валерия Олеговна

Студентка 4курса, группы 41АМН, Направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент». Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»



Формат 60x84/16. Усл. печ. л. 0,6. Тираж 100 экз.
Издательство НОО Профессиональная наука
Нижний Новгород, ул. Горького, 4/2,
4 этаж, офис №1
Издательство Smashwords, Inc.