

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, проф., д.э.н.
_____ И.А. Баев
«___» _____ 2018 г.

Разработка бизнес-плана открытия ателье

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.01.2018.153.ВКР

Руководитель работы,
к.э.н., доцент кафедры
_____ Т.Г. Каримова
«___» _____ 2018 г.

Автор работы,
студент группы ВШЭУ–475
_____ А.В. Звягинцева
«___» _____ 2018 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____ И.А. Мостовщикова
«___» _____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Звягинцева А.В. Разработка бизнес-плана открытия ателье. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-475, 70 с., 10 ил., 19 табл., библиогр. список – 32 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью создания бизнес-плана ателье «Модница» в городе Челябинске.

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержит основные теоретические основы и этапы создания бизнес-плана.

Практическая часть выпускной квалификационной работы включает анализ рынка ателье России, создание бизнес-плана по открытию ателье «Модница».

ANNOTATION

Zvyagintseva A. V. Creation of atelier business plan. – Chelyabinsk: SUSU, HSEM-475, 2018. – 72 pp., 15 tab., 8 fig., bibliographic list – 39 titles, 1 suppl.

The graduation qualification work considers the creation of atelier «Modnitsa» business plan in Chelyabinsk.

The first part of research includes base theoretic information about stages of business planning.

The second part is devoted to analysis of atelier market in Russia and to creation of atelier business plan in Chelyabinsk.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ	10
1.1 Понятие, функции и виды бизнес-плана.	10
1.2 Методы бизнес-планирования	13
1.3 Правовые принципы бизнес-планирования	16
1.4 Структура бизнес-плана	17
2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ОТКРЫТИЯ АТЕЛЬЕ	33
2.1 Резюме.....	33
2.2 Характеристики объекта.....	33
2.3 Описание услуг.....	35
2.4 Характеристика отрасли.....	36
2.5 Оценка конкурентов	38
2.6 План маркетинга	41
2.7 Инвестиционный план	43
2.8 Юридические аспекты	45
2.9 Налоговое планирование	46
2.10 Организационный план	47
2.11 План производства.....	48
2.12 Финансовый план.....	55
2.13 Оценка рисков проекта.....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	61
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	63
ПРИЛОЖЕНИЕ	63
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Опрос респондентов.....	63

ВВЕДЕНИЕ

Деятельность любой фирмы начинается с составления бизнес-плана. В нем отражаются проблемы, риски, с которыми можно столкнуться в процессе осуществления реализации проекта и его дальнейшего функционирования.

Каждая фирма, начиная свою деятельность должна ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах и источниках их получения, а также уметь рассчитывать эффективность использования этих ресурсов.

Благодаря бизнес-плану можно увидеть все сильные и слабые стороны проекта. Невозможно будет добиться успеха, если не планировать свою деятельность, не собирать и не анализировать информацию о конкурентах и состоянии рынка, и не беспокоиться о собственных перспективах и возможностях.

Цель данной выпускной квалификационной работы – разработка бизнес-плана открытия ателье.

Для достижения поставленной цели, необходимо выполнить следующие задачи:

1. Разработать бизнес-идею проекта.
2. Рассмотреть теоретические основы бизнес-планирования.
3. Провести анализ рынка услуг ателье.
4. Провести маркетинговое исследование рынка.
5. Рассчитать выручку, инвестиционные и текущие затраты, прибыль и денежные потоки от инвестиционной, финансовой и операционной деятельности.
6. Оценить экономическую эффективность и финансовую реализуемость;
7. Провести оценку риска проекта.
8. Сделать выводы о целесообразности осуществления проекта.

Объект работы – предприятие, планируемое к открытию.

В первой главе рассмотрены теоретические основы и бизнес-планирования, а также проводится сравнение отечественных и зарубежных методик разработки бизнес-плана.

Во второй главе мы проводим маркетинговое исследование и обзор рынка услуг по ремонту и пошиву одежды в городе Челябинске. Производятся необходимые расчеты для реализации данного проекта, оценивается экономическая эффективность и его финансовая реализуемость.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

1.1 Понятие, функции и виды бизнес-плана

Создание нового бизнеса – сложный и трудоемкий процесс. Для того чтобы новый бизнес приносил желаемую прибыль, должен соблюдаться целый комплекс условий: товары должны быть востребованы на рынке, продукция должна быть конкурентоспособной, производственные процессы должны быть идеально налажены, эффективность работников подтверждена и многое, многое другое.

Все это учитывается при планировании бизнеса или по-другому – составлении бизнес-плана.

Бизнес-план – это программа развития бизнеса субъекта, в рамках которой разрабатывается стратегия, направленная на достижение целей организации и основанная на потребностях рынка и возможностях получения необходимых производственных ресурсов.

Если говорить кратко, бизнес-план позволяет понять, как мы можем использовать ограниченные ресурсы максимально эффективно для получения максимально возможной прибыли, при этом удовлетворяя потребности рынка.

Если углубиться, то можно выделить пять основных целей бизнес – планирования:

1. Разработка стратегии бизнеса. В первую очередь, это необходимо при первоначальном создании бизнеса, либо при запуске каких-либо инновационных вопросов. Здесь мы должны ответить на вопросы: «что», «как» и «для кого» будем производить;

2. Планирование. Анализирует все сферы деятельности будущего предприятия, определяет уровень конкурентоспособности, предполагаемую долю рынка, рассчитывает затраты и прогнозирует получаемую прибыль;

3. Учет возможных рисков и угроз. Желательно, в данном разделе использовать таблицу SWOT-анализа. Что мы знаем об этой отрасли? Как часто здесь происходят «технологические перевороты», которые смещают старых игроков, освобождая место для новых? Каков срок жизни компаний этого сегмента? Какие

внешние рыночные условия могут помешать получению запланированной прибыли? Как можно с этим бороться;

4. Привлечение инвестиций. Это одна из основных задач бизнес-плана. Инвесторы должны понимать, сколько денег они вложат, сколько получат, через какой промежуток времени. Если доходность нашего проекта будет выше альтернативных издержек, мы сможем получить инвестиции;

5. Вовлечение сотрудников в процесс создания бизнес – плана. Если каждый из сотрудников будет осознавать не только свои цели и задачи, но и миссию всей компании, то его продуктивность будет гораздо выше.

Исходя из того, что не всегда получается учесть все риски и точно спрогнозировать рыночную конъюнктуру в период реализации бизнес-плана, принято составлять несколько моделей планирования:

– оптимистичная модель – предполагает полное отсутствие реализованных рисков, в результате чего компания получает наибольшую прибыль;

– реалистичная модель – отражает наиболее вероятные объемы производства, продаж, рисков. В результате, уровень прибыли будет ниже, чем в оптимистичной модели, однако его достижение будет более вероятным;

– пессимистичная модель – учитывает максимальные риски и результаты их влияния на развивающийся бизнес.

Как правило, в официальный бизнес-план принято включать только реалистичную модель.

Так как бизнес-план во многом определяется тем, в какой отрасли будет функционировать предприятие, какие цели перед собой будет ставить, какие технологии будет использовать, нам стоит лучше разобраться в классификации бизнес-планов.

Таблица 1 – Классификация бизнес-планов

№	Критерий	Типы
1.	По целям разработки	Инвестиционные
		Для разработки стратегии развития
		Для планирования деятельности
		Для финансового оздоровления существующего предприятия
2.	По объекту планирования	Целое предприятие
		Группа предприятий
		Инвестиционный проект (отдельное направление бизнеса)
3.	По конечным потребителям	Для внутреннего пользования
		Для банков, инвестиционных фондов и других кредиторов
		Региональной администрации
		Для других бизнес-партнеров
4.	По продолжительности решаемых задач	Долгосрочные
		Среднесрочные
		Краткосрочные
5.	По сложности проекта	Простые
		Сложные
6.	По условиям конфиденциальности	Официальный – только для пользования спонсоров и бизнес-партнеров
		Рабочий – документ для повседневного пользования сотрудниками
7.	По гибкости	Директивное – сверху вниз с четко заданными показателями
		Индикативное – направляющее планирование с нечеткими рамками, возможно внесение корректировок

Исходя из сформированных функций и методов бизнес-планирования, можно сделать вывод о том, что после проведения всех этапов, риск неполучения прибыли, а тем более, банкротства, приравнивается к нулю.

К сожалению, в настоящее время многие частные предприниматели не прибегают к предварительным расчетам и исследованиям, в результате чего более половины новых ИП не существуют на рынке дольше шести месяцев. Изменение отношения и понимания пользы бизнес-планирования поможет сэкономить

средства предпринимателей и улучшит состояние малого бизнеса, в целом, именно поэтому изучение данной проблемы является актуальным в настоящее время.

1.2 Методы бизнес-планирования

Каждая организация самостоятельно выбирает метод планирования, который позволит составить, по их мнению, наиболее точный бизнес-план.

Рассмотрим некоторые методы, которые применяются в российской практике:

1. Метод экономического анализа – делит процессы деятельности компании на отдельные звенья, анализируя как каждое в отдельности, так и их совокупный эффект на экономический результат компании. Определяются факторы, которые оказывают наибольшее влияние. Даются рекомендации о том, как использовать эти факторы для достижения поставленных целей;

2. Балансовый метод – соотносит между собой потребности организации в различных видах ресурсов (финансовые, трудовые, информационные) и возможностью их получения и использования;

3. Нормативный метод – строится на основе использования нормативной базы организации, то есть на основе использования различных нормативов, которыми обосновываются плановые показатели;

4. Прогнозный метод – основывается на методах краткосрочного и долгосрочного прогнозирования;

5. Математический метод – в его основе лежит теория вероятности, линейное программирование и другие математические методы.

Главным инструментом при составлении бизнес-плана является сметное планирование. Смета – это форма расчета, в которой четко формулирует программу действий предприятия на будущий период. Как правило, смета составляется, основываясь на анализе предшествующих периодов. В современном языке слово «смета» часто заменяют на слово «бюджет». Бюджеты для новых предприятий рекомендуется составлять на три года, первый год должен быть расписан по месяцам.

Виды бюджетов:

1. Бюджет продаж – отражает цены, по которым будет отпускаться продукция и прогнозируемый объем продаж. На основе этого бюджета составляется план производства. Для того чтобы правильно спрогнозировать бюджет продаж, нужно провести грамотное маркетинговое исследование, исследование спроса и предложения, оценить уровень конкуренции. Как правило, используется метод скользящих средних или экстраполяции.

2. Бюджет прямых материальных затрат – составляется по постоянным и переменным затратам. Отражает необходимое количество сырья для производства одной единицы продукции, а также количество сырья, необходимое для производства продукции на период времени.

3. Бюджет расходов на оплату труда – для составления бюджета сначала определяется количество рабочих часов, путем умножения нормы часовой выработки на прогнозируемый объем продаж; затем рассчитывается общее количество рабочих часов и определяется фонд повременной заработной платы;

4. Бюджет накладных расходов – включает в себя общепроизводственные, общехозяйственные и управленческие расходы.

5. Бюджет себестоимости – суммируются пункты с 1 – 4. Рассчитывается общая сумма затрат на все производство, затраты на единицу продукции. Производственную себестоимость единицы товара определяют делением общей суммы производственных затрат на запланированный объем производства. Полную себестоимость единицы товара – делением затрат на производство и реализацию на объем продаж. Окупаемость затрат рассчитывают делением выручки на общую величину полной себестоимости.

6. Бюджет денежных средств отражает будущие притоки и оттоки денежных средств. Ожидаемую разницу сравнивают с суммой, которая всегда должна содержаться на счете компании. Может быть выявлен либо излишек (профицит), либо недостаток (дефицит). Операции отражаются по операционной, финансовой и инвестиционной деятельности в форме 4 «Отчет о движении денежных средств».

7. Бюджет капитальных вложений связан с затратами на развитие компании (научно-исследовательские разработки, строительство, инновационные разработки). В этом же разделе определяются источники финансирования. Они могут быть представлены собственными средствами компании (чистая прибыль), заемными – кредиты, кредиторская задолженность.

8. Бюджет прибылей и убытков – представляется в форме 2 «Отчет о прибылях и убытках». В нем в сокращенном варианте представлены все доходные и расходные статьи.

9. Бюджет активов и пассивов – или форма 1 бухгалтерского учета. Этот спрогнозированный бюджет позволит рассчитать ликвидность предприятия. Его основное правило – активы должны быть равны пассивам. Если сальдо не сходится, значит, была допущена ошибка при расчете других бюджетов.

По истечению определенного периода анализируется выполнение всех видов бюджетов.

Различают следующие типы бюджета:

1. Статистический – представлен в единичном экземпляре и единственном варианте на весь прогнозный период. Однако, практика показывает, что такие бюджеты не являются эффективными в связи с постоянно изменяющейся рыночной конъюнктурой

2. гибкий – представляет собой комплекс планов, рассчитанных на разные рыночные условия. Чаще всего рассчитывается оптимистичный, реалистичный и пессимистичный бюджеты.

Существует два метода учета денежных поступлений – метод начисления и кассовый метод:

– кассовый метод – поступление учитывается, когда деньги реально поступают в кассу;

– метод начисления – поступление учитывается, когда подписан документ о их передаче (договор купли-продажи, даже если в условиях фигурирует отсрочка).

1.3 Правовые принципы бизнес-планирования

Основными нормативными документами, регулирующими бизнес-планирование, являются:

– ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» (№39-ФЗ от 17.06.1998 в ред. изменений и дополнений на 24.07.2007);

– ОЗ «О государственной поддержке субъектов инвестиционной деятельности в Свердловской области» (№43-ОЗ от 30.06.2006 в ред. изм.и доп. От 26.04.2007);

– ОЗ «О привлечении кредитных организаций для осуществления отдельных операций со средствами областного бюджета и государственными ценными бумагами Свердловской области (№40-ОЗ от 27.11.2003);

– ОЗ «О государственной поддержке субъектов инвестиционной деятельности Свердловской области» (№ 71-ОЗ от 23.06.2006 в ред. Областных законов от 27.04.2007 N 36-ОЗ, от 12.07.2007 N 71-ОЗ);

– постановление Правительства Свердловской области «О проведении отбора субъектов инвестиционной деятельности на право предоставления государственных гарантий Свердловской области в 2008 году» (№ 574-ПП от 18.06.2007);

– постановление Правительства Свердловской области «Об утверждении порядка проведения конкурса на право предоставления государственных гарантий Свердловской области» (от 18.06.2007 № 575-ПП).

1.4 Структура бизнес-плана

Бизнес-план – весьма сложный документ, однако он имеет определенную структуру, которая направлена на охват всех аспектов деятельности организации.

Любой бизнес-план начинается с титульного листа. На нем важно указать название проекта, которое привлечет инвесторов, а также разместить логотип, который создаст визуальный образ будущего проекта.

Так как бизнес-план – это конфиденциальная информация, то обязательно составляется меморандум о конфиденциальности, который должны подписать все, кто будет иметь доступ к документу.

Далее следует содержание, затем аннотация. Желательно, чтобы аннотация не занимала больше, чем 1 страницу. Она должна быть ёмкой, максимально ясно отражающей цели, задачи проекта и его перспективы. Прочитав ее, инвестора проект должен заинтересовать.

Затем раскрываются основные разделы бизнес-плана:

1. Резюме
2. Характеристика предприятия
3. Характеристика продукта
4. Маркетинговые исследования
5. Организационный план
6. План производства
7. Финансовый план
8. Оценка экономической эффективности.

Разберем каждый раздел более подробно.

1. Резюме – одна из важнейших частей бизнес-плана, от которой зависит судьба всего проекта. Инвестор начинает знакомство с проектом именно с него, и если резюме его не заинтересовало, то остальные разделы могут вообще не рассматриваться. Резюме отличается от аннотации более подробным описанием. Однако объем не должен превышать 2-3 страниц.

Как правило, резюме пишут уже по окончании всей работы. Цель резюме – дать понять инвестору, сколько денег необходимо вложить, как скоро они окупятся, какова будет эффективность вложений и каковы риски проекта.

2. Характеристика предприятия – этот раздел должен определить для потенциального читателя, с чем он будет иметь дело, о каком предприятии идет речь, и чем оно будет заниматься.

Для удобства пункты, которые должны быть обязательно указаны представлены в таблице 1.

Таблица 2 – Данные организации

Данные организации	Предприятия	
	Существ	Новые
Название, полное и сокращенное, дата создания, место регистрации, номер регистрационного удостоверения		
Наличие филиалов, представительств		
Принадлежность предприятия к различным объединениям		
Юридический и почтовый адреса, сайт, электронный адрес		
Местоположение (карта), транспортные магистрали		
Банковские реквизиты (рублевые и валютные счета, депозиты)		
Тип бизнеса, основные виды деятельности		
Характеристика отрасли, роль и тенденции развития предприятия внутри отрасли		
История развития, основные этапы, основные достижения и неудачи		
Организационно-правовая форма		
Размер уставного капитала		
Форма и структура собственности, учредители предприятия с указанием их доли в уставном капитале		
Руководство (ФИО, должности, квалификация, краткая характеристика)		
Персонал, структура численности, средняя заработная плата по каждой категории работников		
Продукт и описание бизнес-процессов		
Уровень технологии и производственные мощности		
Краткие финансовые показатели за последнее время (активы, выручка, прибыль)		
Основные средства (недвижимые и движимые)		
Нематериальные активы, лицензии, сертификаты и т.д.		
Оборотные средства и поставщики (расположение)		

Продолжение таблицы 2

Данные организации	Предприятия	
	Существ	Новые
Рынки сбыта (расположение, характеристики)		
Оценка залоговых средств		
Инфраструктура предприятия, наличие господдержки		
SWOT-анализ		

SWOT-анализ – это анализ, посвященный выявлению (strong) сильных сторон, (weak) слабых сторон, (opportunities) возможностей и (threats) угроз.



Рисунок 1 – Таблица для SWOT-анализа

Данный вид анализа позволяет выявить сильные стороны и найти пути их укрепления, выявить слабые стороны и разработать мероприятия по устранению угроз, а также определить тенденцию развития предприятия.

3. Характеристика продукта – данный раздел должен отвечать на вопрос, почему именно наш продукт предпочтут потребители продукту конкурента, в чем его преимущества. Как правило, в качестве характеристик продукта принято указывать:

- функцию продукта, способы использования;
- универсальность продукта;
- соответствие продукта стандартам качества;

- требования к гарантийному обслуживанию и поддержке потребителей;
- стадия разработки продукта в настоящее время;
- себестоимость единицы продукта;
- способы производства продукта;
- анализ продукции конкурентов;
- результаты последних исследований в области совершенствования продукта.

4. Маркетинговые исследования – Данный раздел должен ответить на вопросы о том, как мы будем реализовывать наш товар, как достигнем прогнозируемого объема продаж.

Часто бизнесмены не уделяют достаточного внимания анализу рынка, и их проекты прогорают. В рамках маркетингового исследования необходимо оценить емкость рынка, а также спрос и предложение на аналогичный товар.

При характеристике рынка раскрывается информация об общей отраслевой ситуации; о действующих на рынке конкурентах; о тенденциях развития отрасли; о предпочтениях потребителей.

План маркетинга включает в себя: общую стратегию маркетинга; соотношение спроса и предложения на выбранном рынке; сезонные колебания; потребительские предпочтения; конкурентные преимущества и недостатки нашей продукции; используемые рекламные каналы продвижения продукта; организация постпродажного обслуживания покупателей.

План продаж включает в себя: способы ценообразования; товарную логистику; условия дисконтирования и лимитирования; политику определения запасных резервов; установление гарантийного срока.

5. Организационный план должен разъяснять, с помощью каких ресурсов, материальных и трудовых, будет осуществлен бизнес-план. В этом разделе указывают:

- сведения о владельцах и партнерах;
- выбранную организационно-правовую форму;
- принципы отбора сотрудников (квалификации, знания);
- расписание смен;

- мотивационная программа;
- описание бизнес-процессов.

Сейчас набирает популярность тенденция брать сотрудников на аутсорсинг, чтобы сократить издержки по выплате страховых взносов. Так можно привлечь клининговую компанию и бухгалтерскую службу.

б. Производственный план – эта часть бизнес-плана актуальна для тех организаций, которые непосредственно будут производить какие-либо товары, а не перепродавать их.

Производственный план должен отвечать на вопросы: какие товары производить, в каком объеме, в какие сроки? Достаточно ли у предприятия ресурсов?

В плане производства обязательно делается расчет по определению производственных ресурсов, которые необходимы для выполнения установленной производственной программы предприятия.

Для официального бизнес-плана не стоит представлять подробные расчеты, важно представить только таблицы с итоговыми результатами. Чтобы информация легче воспринималась, можно использовать различные графики и диаграммы.

Для разработки плана производства необходимо составить генеральный (общий) план, скоординировать его по всем подразделениям в целом. Генеральный план можно одновременно разработать на периоды: долгосрочный, среднесрочный и краткосрочный (оперативный). Рассмотрим составление генерального плана на примере тактического (среднесрочного) планирования.

На первом этапе описывается производственный процесс, который включает раскрытие следующей информации:

- вид производства (массовое, серийное);
- описание технологического процесса;
- кооперация с подрядчиками (если такие предусмотрены);
- мероприятия по контролю качества.

В рамках второго этапа определяется производственная программа выпуска продукта либо на основе прогноза, либо на основе существующих заказов. Для

первого года планирование объема производства производится ежемесячно, так как в этот период компания активно входит на рынок и наращивает клиентскую базу, второй год расписывается поквартально, следующие года не делятся на периоды.

Не стоит завышать прогнозные значения объема производства и продаж, так как в результате будет неправильно определен производственный процесс, заказано большее количество материалов, которые нужно будет где-то хранить.

Третий этап включает в себя расчет объема реализации и выручки, которая определяется путем перемножения количества продукции на цену.

В рамках четвертого этапа составляется баланс производственной мощности, то есть определяется потребность в основных производственных фондах. Для этого необходимо рассчитать производственную мощность по ведущему оборудованию на основе производственной программы и разработать план ввода/вывода основных фондов.

Здесь должна быть приведена информация:

- о земле, зданиях, сооружениях;
- об используемых машинах и оборудовании;
- об обслуживании оборудования.

После составления баланса ОПФ, рассчитываются амортизационные отчисления.

Таблица 3 – Оформление таблицы амортизационных отчислений

Группы ОПФ	Первонач. стоимость	СПИС	Способ начисления ам-ии	Норма амортизации	... год			
					Восстан. стоимость		Сумма амортиз. Отчислений	
							За год	За мес.
1								
...								
Итого								

Пятый этап. Определяются нормативы на оборотные средства. Также рассчитываются затраты на энергоснабжение, коммунальные услуги, логистические и транспортные затраты.

Шестой этап. На основе производственной программы рассчитывается план трудовых затрат. Рассчитывается необходимое количество часов для производства полного объема продукции, исходя из этого, определяется потребность в найме дополнительных сотрудников.

Важно в процессе расчета трудовых затрат включить страховые взносы и НДФЛ.

Седьмой этап. Осуществляется прогноз производственной себестоимости, также определяется плановая себестоимость как по отдельным видам продукции, так и по предприятию в целом.

Для того этого рассчитываются следующие показатели:

1. Плановые калькуляции по всем видам выпускаемой продукции представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Плановые калькуляции по всем видам выпускаемой продукции

Статьи типовой калькуляции		...год			...
		Виды продукта			
		1	...	N	
1.	Основные сырье и материалы				
2.	Возвратные отходы (вычитаются)				
3.	Покупные комплектующие, полуфабрикаты				
4.	Транспортные расходы				
5.	Основная зарплата производственных рабочих				
6.	Дополнительная зарплата производственных рабочих				
7.	Страховые взносы				
8.	Расходы по содержанию и эксплуатации оборудования				
9.	Цеховые расходы				
10.	Общезаводские расходы				
11.	Прочие производственные расходы				
12.	Коммерческие расходы				
	Итого плановая себестоимость				

2. Плановая смета затрат представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Плановая смета затрат

Экономические элементы		... год				... год				... год
		Все го	Месяц			Все го	Квартал			
			1	...	12		1	2	3	4
1	Материальные затраты (за минусом возвратных отходов)									
2	Затраты на оплату труда									
3	Страховые взносы									
4	Амортизация ОПФ									
5	Прочие затраты									
	ИТОГО									

3. Плановая себестоимость по предприятию представлена в таблице 6.

Таблица 6 – Плановая себестоимость реализуемой продукции

Экономические элементы		... год				... год				... год
		Все го	Месяц			Все го	Квартал			
			1	...	12		1	2	3	4
Продукт 1										
Объем продаж, ед.										
Себестоимость единицы, руб.										
Всего себестоимость, руб.										
Продукт N....										
ИТОГО себестоимость, тыс. руб.										

4. Плановые оптовые цены изготовителя по всему представленному ассортименту (Таблица 7);

Таблица 7 – Плановые оптовые цены изготовителя

Экономические элементы		... год				... год				... год
		Все го	Месяц			Все го	Квартал			
			1	...	12		1	2	3	4
Продукт 1										
Плановая с/стоимость, руб.										
Плановая рентабельность, %										
Цена изготовителя, руб.										
Продукт N....										
ИТОГО себестоимость, тыс. руб.										

Восьмым этапом рассчитываются управленческие расходы, в который включаются следующие статьи:

– заработная плата и страховые взносы управленческого аппарата;

- заработная плата и страховые взносы обслуживающего аппарата;
- хозяйские, канцелярские, почтовые расходы, Интернет;
- содержание и ремонт зданий общезаводского назначения, легковых автомобилей;
- амортизация зданий общезаводского назначения, легковых автомобилей;
- подготовка и переподготовка кадров.

Практически все эти статьи являются частью постоянных расходов. Для предприятия очень важно осуществлять контроль над ними. Чем больше они становятся, тем предприятию сложнее их покрыть.

Девятым этапом рассчитываются коммерческие расходы – все издержки, которые будут связаны непосредственно со сбытом продукции, а также привлечением новых покупателей для выполнения спрогнозированного объема продаж. В коммерческие расходы включаются:

- затраты на упаковку и затаривание;
- на доставку до места отправления, погрузки;
- комиссионные сборы и отчисления, которые уплачиваются посредническим организациям;
- по аренде помещений, которые используются только для хранения продукции;
- на хранение товаров;
- по оплате труда продавцов;
- на рекламу;
- на представительские расходы;
- на иные расходы.

Итоги по управленческим и коммерческим издержкам переходят во вторую форму бухгалтерского учета и формируют базу для налога на прибыль.

Десятый этап. Производим оценку экономической эффективности нашего проекта. Так как любой проект инициируется для получения доходов, необходимо смоделировать будущий денежный поток, продисконтировать его и рассчитать основные показатели эффективности:

– срок окупаемости проекта:

$$PP = \frac{NPV}{CF_0} \quad (1)$$

где PP – срок окупаемости;

NPV – чистый дисконтированный доход;

CF₀ – инвестиции в проект.

– чистый дисконтированный доход:

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{CF}{(1+r)^n} - IC \quad (2)$$

где NPV – чистый дисконтированный доход;

CF – денежные потоки;

R – норма доходности;

IC – инвестиции в проект.

– индекс доходности:

$$PI = 1 + \frac{NPV}{TIC} \quad (3)$$

где PI – индекс доходности;

TIC – полные инвестиционные затраты проекта;

NPV – чистый дисконтированный доход.

7. Финансовый план. Данный раздел является самым важным для потенциальных инвесторов, так как именно он даст ответ на вопрос о том, какую прибыль сгенерирует проект. Этот раздел обобщает все проведенные ранее расчеты, подводя итоги в стоимостном выражении.

При составлении финансового плана нужно руководствоваться следующими принципами:

– данные должны быть достоверными; в случае обнаружения ошибки, допущенной специально или случайно, доверие со стороны инвесторов будет потеряно;

– расчеты должны быть максимально точными – ошибка в определении себестоимости в 1-2 рубля при производстве миллиона экземпляров товара существенно снизит прибыль, если вообще не приведет к убыткам;

– должно быть представлено к рассмотрению несколько вариантов развития событий с учетом различных рисков – оптимистичный, реалистичный и пессимистичный;

– бизнес-план должен быть гибким – так как он создается на несколько лет, а рыночные условия постоянно изменяются, нужно постоянно его корректировать для достижения наилучшего результата.

Финансовый план представлен тремя основными видами документов:

– 1 форма бухгалтерского учета или «Баланс» предприятия – отражает структуру активов и источники их формирования;

– 2 форма бухгалтерского учета или «Отчет о прибылях и убытках» - отражает путь формирования доходов, расходов, различных видов прибыли;

– 4 форма бухгалтерского учета или «Отчет о движении денежных средств».

Разберем каждый документ более подробно.

Балансовый отчет позволяет рассмотреть все элементы в структуре, в соотношении друг с другом. Это позволит сделать вывод о финансовом положении организации. По форме 1 считаются показатели ликвидности и финансовой устойчивости фирмы.

Таблица 8 – Основные разделы и статьи баланса

АКТИВЫ	ПАССИВЫ
Внеоборотные активы: – Основные средства; – Нематериальные активы; – Долгосрочные финансовые вложения; – Прочие внеоборотные активы.	Собственный капитал: – Уставный капитал; – Добавочный капитал; – Резервный капитал; – Нераспределенная прибыль; – Убытки.
ИТОГО	ИТОГО

Продолжение таблицы 8

АКТИВЫ	ПАССИВЫ
Оборотные активы: – Запасы; – Незавершенное производство; – Готовая продукция; – Дебиторская задолженность; – Денежные средства; – Прочие оборотные активы. ИТОГО	Долгосрочные обязательства: – Задолженность по государственному кредиту; – Задолженности по долгосрочному кредиту. ИТОГО
	Краткосрочные обязательства: – Задолженность по краткосрочным кредитам; – Кредиторская задолженность; – Расчеты с бюджетными и внебюджетными фондами; – Расчеты с персоналом. ИТОГО
ИТОГО АКТИВОВ	ИТОГО ПАССИВОВ

Отчет о доходах и расходах отвечает на вопрос о том, какая будет прибыль у организации. Во многом, результат будем зависеть от того, как признается выручка, как учитываются затраты, какая выбрана система налогообложения. Цель – рассчитать различные формы прибыли и отразить в итоге чистую прибыль. Расчет различных видов прибыли представлен в таблице 9.

Таблица 9 – Отчет о доходах и расходах

Наименование показателя
Выручка
- Себестоимость продаж
Валовая прибыль
- Коммерческие расходы
- Управленческие расходы
Прибыль (убыток) от продаж
+ Доходы от участия в других организациях
+ Проценты к получению
- Проценты к уплате
+ Прочие доходы
- Прочие расходы
- Текущий налог на прибыль
Чистая прибыль

Отчет о движении денежных средств показывает суммарный результат движения денежных средств по всем видам деятельности организации: основной, инвестиционной и финансовой. Пример четвертой формы представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Отчет о движении денежных средств

Остаток денежных средств на начало периода	
Притоки денежных средств	Оттоки денежных средств
От основной деятельности	
Поступление денежных средств от покупателей	Затраты на производство Уплата налогов Выплата процентов по кредиту
Итого по основной деятельности	Итого по основной деятельности
От инвестиционной деятельности	
Продажа основных фондов Полученные дивиденды Полученные проценты	Инвестиции в развитие Капитальные вложения в производство Затраты на проведение НИОКР Долгосрочные финансовые вложения
Итого по инвестиционной деятельности	Итого по инвестиционной деятельности
От финансовой деятельности	
Увеличение уставного капитала Полученные кредиты и займы	Погашение ссуд Краткосрочные финансовые вложения Выплата дивидендов
Итого по финансовой деятельности	Итого по финансовой деятельности
Сальдо по операционной деятельности	
Сальдо по инвестиционной деятельности	
Сальдо по финансовой деятельности	
Чистый денежный поток	
Остаток средств на конец периода	

8. Расчет экономической эффективности. На основе представленных ранее бюджетах и планов можно рассчитать множество показателей экономической эффективности. Об NPV, PI и PP мы уже говорили ранее. Рассмотрим некоторые другие:

– точка безубыточности – показывает при каком объеме производства предприятие полностью покрывает свои затраты, но при этом еще не получает прибыли:

$$Q_{\text{без.}} = \frac{FC}{p - VC} \quad (4)$$

где FC – сумма накладных (условно-постоянных) затрат, необходимая для коммерческой деятельности, руб.;

P – цена за единицу продукта, руб.;

VC – сумма средних условно-переменных затрат на единицу продукта, руб.

– порог рентабельности – выручка, при которой предприятие покрыло все затраты, но еще не получает прибыль:

$$\text{Вкр.} = Q_{\text{без.}} * p = \frac{FC * \text{Выр}}{\text{Пр.вал.}} \quad (5)$$

где Выр – размер выручки, руб.;

Пр.вал. – валовая прибыль, руб.

– запас финансовой прочности (Впр) – это сумма, на которую предприятие может позволить себе снизить выручку, снижая объем производства или цену продукта, не выходя из зоны прибылей:

$$\text{Впр.} = \text{Выр} - \text{Вкр.} \quad (6)$$

где Выр – размер выручки, рублю;

Вкр. – критический размер выручки.

Расчеты этих показателей стоит осуществлять как для планирования деятельности, так и во время мониторинга и по факту полученных результатов.

Таким образом, мы рассмотрели понятие, функции и виды бизнес-планов, методы бизнес-планирования и структуру бизнес-плана. После изучения данного вопроса, можно сделать вывод о том, что составление бизнес-плана – обязательный шаг перед открытием нового бизнеса. Только так можно занять желаемую нишу, привлечь достаточное количество клиентов, правильно организовать

производственный процесс и по итогу получить прибыль, которая устроит как собственника бизнеса, так и инвестором. К практической части бизнес-планирования перейдем в главе 2.

Выводы по разделу один

В первом разделе выпускной квалификационной работы были рассмотрены следующие моменты.

Были раскрыты основные понятия бизнес-планирования, задачи и цели планирования, основные функции бизнес-планов. Оценив значение и сущность бизнес-планов, можно утверждать, что планирование играет важную роль для достижения поставленных задач и целей. Таким образом, для достижения успеха необходимо планировать развитие бизнеса.

Классификация бизнес-планов разнообразна, соответствует широкому спектру функций и областей применения.

Для обоснования эффективности бизнес-плана следует учитывать такие показатели как: ЧД; PI; NPV; IRR.

Составили краткую сравнительную таблицу для иностранных методов разработки бизнес-планов, более подробно рассмотрели модель, разработанную Правительством РФ. Однако, все методики содержат основные разделы, которые необходимы для анализа конкретных аспектов.

2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ОТКРЫТИЯ АТЕЛЬЕ

2.1 Резюме

Данный проект нацелен на открытие ателье в городе Челябинске. Предоставляемые услуги: пошив, ремонт одежды, изготовление изделий на заказ.

Для реализации проекта арендуется помещение в Калининском районе, рядом с небольшим торговым центром. Площадь помещения – 27 квадратных метров. Целевая аудитория – жители ближайших домов и покупатели торгового центра.

Необходимые инвестиции – 288 610 рублей. Проект окупится в течение 10 месяцев.

Горизонт планирования финансовых расчетов – три года. Чистая прибыль составит 372 тысячи уже в первый год.

2.2 Характеристики объекта

Ателье по ремонту и пошиву одежды – достаточно востребованная услуга в современном мире. Каждый сталкивается с необходимостью обратиться за помощью профессионала в случае, если вещь велика, если вещь порвалась, если нужно сшить изделие по индивидуальным меркам. Таким образом, потенциальные клиенты – люди в возрасте от 18 до 70 лет с низким, средним и высоким уровнем дохода, проживающие в районе расположения ателье.

Ателье «Модница» будет заниматься, ремонтом одежды, пошивом готовых изделий, а также пошивом по индивидуальным меркам.

Для размещения ателье необходимо небольшое помещение, около 25-30 метров. На этой территории будет размещено рабочее место, зона примерки и торговая зона (для приема заказов и расчетов). Для аренды выбрано помещение по адресу – Комсомольский проспект, 29а. Площадь составляет 27 квадратных метров, стоимость за 1 квадратный метр – 350 рублей, итого 9 450 в месяц.

Данное расположение удобно тем, что находится рядом с небольшим торговым комплексом, в котором находятся как продуктовые, так и вещевые ряды. Потенциальные покупатели смогут сразу после покупки прийти в ателье, чтобы подшить/ушить новую вещь. Ателье всегда будет на виду, так как расположено у входа в ТЦ.

В данном месте достаточно высокая проходимость, так как это пересечение одних из главных улиц города Челябинска, что позволит получить большой поток клиентов.

Ателье будет работать с 10:00 до 21:00 по будням и с 10:00 до 18:00 по выходным. В ателье будет две наемных швеи. Для работника обязательно образование закройщика-универсала, что позволит ему кроить как легкую, так и верхнюю мужскую и женскую одежду.

Организация будет зарегистрирована как ИП, системой налогообложения выбрана ЕНВД. Также для того чтобы начать работу, необходимо уведомить Ростехнадзор.

В среднем зарплата швеи по России начинается от 10 000 рублей, однако по Челябинску она варьируется в диапазоне 17 000 – 20 000 рублей.

При трудоустройстве работника, в трудовом договоре обязательно будут прописаны пункты по материальной ответственности: в случае порчи тканей, изделий клиентов, работник несет полную материальную ответственность. Так как часто клиенты приносят на ремонт дорогие вещи, это поможет существенно сэкономить внеплановые расходы организации.

Хоть ремонт одежды и считается довольно дешевой услугой по сравнению с пошивом на заказ, можно сделать большую выручку на этой услуге за счет наращивания клиентской базы, а следовательно, количества заказов. Как правило, мелкий ремонт у профессиональной швеи занимает не больше 20 минут, средний – до 45 минут, крупный – до 1 часа – 1,5 часов.

Для оформления ателье не требуется особых усилий. Достаточно сделать косметический ремонт помещения в светлых тонах и обеспечить хорошее

освещение. Преимуществом будет создание небольшого круглого подиума для совершения примерки платьев в пол.

Для качественной работы необходимо приобрести высокотехнологическое качественное оборудование. Именно оно будет занимать основную долю необходимых инвестиций.

На сегодняшний день существует достаточно много ателье в городе Челябинске. Они работают в разных нишах и оказывают услуги разного уровня качества. Вне зависимости от формата, бизнес окупается достаточно быстро, не требует больших инвестиций. Несмотря на это, этот бизнес, как и любой другой, нуждается в детальной проработке бизнес-плана.

2.3 Описание услуг

Ателье «Модница» предлагает ремонт и пошив одежды любой сложности.

В состав услуг входит:

- весь спектр реставрационных и ремонтных работ любой сложности одежды из меха (все виды работ по ремонту шуб), замену отдельных деталей, а так же подгонку шубы по фигуре. Укорачивание шубы, подгонка по фигуре, замена подкладки, замена воротника шубы, восстановление низа шубы, перекройка шубы на другую модель, замена молнии, замена пуговиц, кнопок на шубе (дубленке);

- все виды работ по ремонту одежды из кожи: ремонт кожаной куртки и плаща, замена молнии на кожаной куртке, устранение порезов на коже, изменение длины рукава кожаной куртки, заплатки, расшивание или ушивание кожаного изделия;

- все виды работ по ремонту дубленок и ремонту меха: перекройка дубленки, подгонка дубленки по фигуре, замена воротника дубленки, восстановление низа дубленки, ремонт бортов дубленки;

- работы по реставрации одежды и ткани: устранение разрывов, потертостей, прожженных мест от утюга или сигареты, спущенных петель, затяжек и прочих повреждения, восстановление целостности полотна, фрагментов аппликаций из страз, реставрация кружевных деталей одежды; художественная штопка по трикотажу и текстилю; вышивка ручная и машинная на современном

компьютерном оборудовании (индивидуальные и корпоративные заказы.), замена поврежденных деталей изделия, восстановление первоначальной отделки, исправление дефектов кроя и пошива, любой другой ремонт, включая изделия домашнего текстиля (портьеры, постельное белье и другие предметы текстильного интерьера);

– подгонка одежды по фигуре: подгонка шуб, подгонка дубленок, подгонка кожаных курток, пальто, подгонка плаща; подгонка женской одежды: подгонка вечернего платья, подгонка женского костюма, подгонка юбок, подгонка женского жакета, подгонка блузок, подгонка трикотажа женского, подгонка брюк, подгонка джинсов, подгонка свитера, подгонка пуловера; подгонка мужской одежды: подгонка мужского костюма, подгонка мужского пиджака, подгонка мужского жилета, подгонка мужских брюк, подгонка мужских сорочек, подгонка джинсов, подгонка мужских рубашек; подгонка детской одежды;

– индивидуальный пошив одежды: пошив модной одежды - платьев, блузок, костюмов и др. по Вашим индивидуальным размерам; пошив одежды больших размеров.

Так как ателье сотрудничает с местными производителями тканей, то приобретая изделие из ткани-партнеров, покупатель получит значительную скидку.

Работники ателье имеют специальное образование, что позволит оказывать качественные услуги в максимально короткие сроки.

2.4 Характеристика отрасли

Прежде чем целенаправленно и детально рассмотреть конкурентную среду, оценим общее состояние потребительского рынка.

Кризисные явления 2013-2014 года оказали негативное влияние на состояние рынка. Однако с 2015 года, рынок розничных продаж и прочие стали возвращаться к докризисному уровню. На данный момент сложно спрогнозировать, как будет дальше развиваться выбрана отрасль.

Статистика показывает, что с каждым годом новых ателье открывается в два раза больше, чем закрывается. А поскольку спрос на ремонт одежды растет, тенденция должна и дальше сохраниться. Однако также стоит отметить, что спрос на индивидуальный пошив одежды снизился, так как рынок весьма заполнен представителями легкой промышленности. Однако именно развитие легкой промышленности приводит к росту спроса на ремонт изделий, так как очень часто новое изделие требует персональной доработки.

По оценкам экспертов, российский рынок оказания бытовых услуг увеличивается в среднем на 15% в год. На сегодняшний день услуги по ремонту и пошиву одежды составляют около 8% от всего объема бытовых услуг.

Данные статистики по состоянию на 01.01.2017 г.

Таблица 11 – Потенциал создания ателье по пошиву одежды в России

Параметр	Москва	Санкт-Петербург	В России	В Европейской части
Количество населения в населённом пункте, млн. чел.	10,7	4,6	141,9	112,53
Количество Ателье по пошиву одежды, шт	3201	1434	7 600	5 600
Рост отрасли, %	20–30	20–30	20–30	20–30
Выбытие участников, %	3–5	3–5	3–5	3–5

Для того, чтобы понять состояние конкурентной среды услуг на рынке пошива лучше всего представить данную таблицу в виде столбчатой диаграммы, которая представлена на рисунке 2.

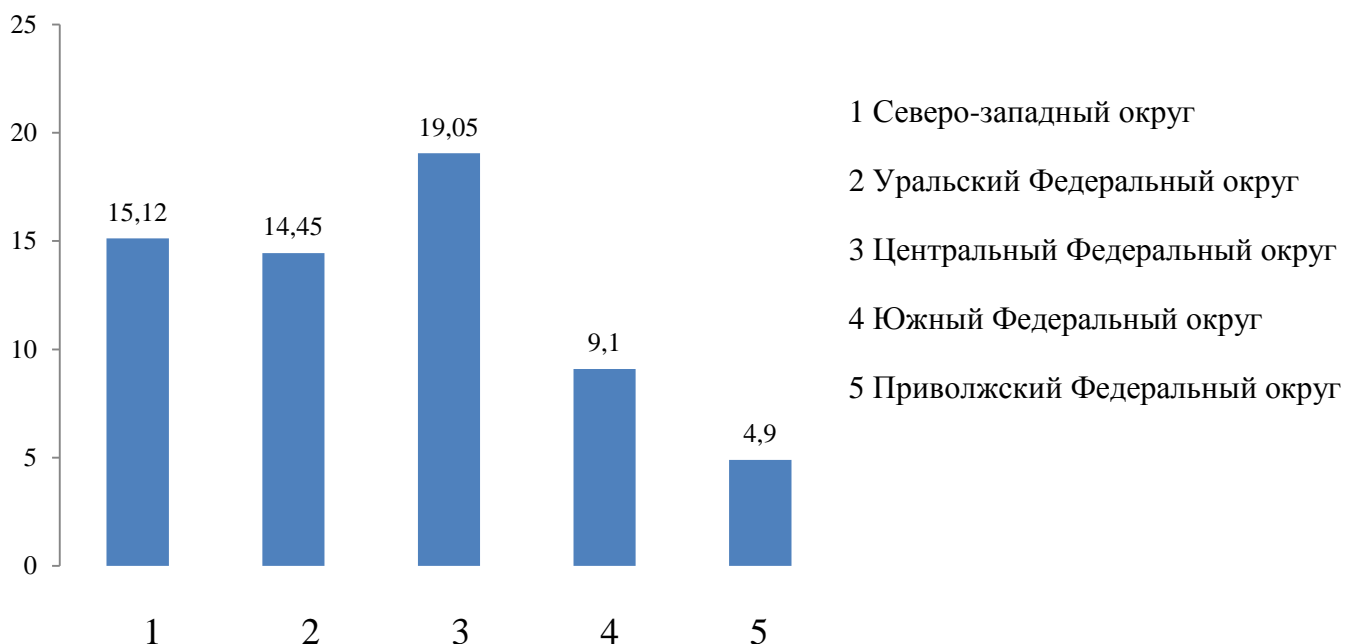


Рисунок 2 – Динамика состояния конкурентной среды услуг по пошиву одежды в 2017 году

Учитывая всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что в России бизнес пошива и ремонта одежды развивается и растёт с каждым годом.

Особенно эта тенденция заметна в Центральном и Уральском Федеральных округах. Это означает, что идея по открытию ателье по пошиву и ремонту одежды на территории г. Челябинска актуальна на данный момент и её необходимо развивать.

2.5 Оценка конкурентов

Анализ динамики рынка услуг ателье в г. Челябинске

Анализируя рынок ателье в Челябинске, мы можем воспользоваться электронным справочником «2ГИС», который на запрос «ателье по пошиву одежды» выдал нам 469 организаций в нашем городе.

Основная масса ателье находится в Калининском районе, там находится 104 организации. Затем в Курчатовском районе находится 76 организаций, далее в Центральном районе города находится 72 организации. В Советском районе города находится 63 ателье по пошиву одежды. В Ленинском районе найдено 49

организаций. На одну организацию меньше обнаружено в Тракторозаводском районе. И наконец, в Metallургическом районе обнаружено 38 ателье по пошиву.

Таблица 12 – Объём услуг по пошиву одежды в г. Челябинске

Объём бытовых услуг населению (значение показателя за год)	
Год	Челябинская область
	Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий: тысяча рублей объём бытовых услуг населению (значение показателя за год)
2012	255 340,3
2013	219 229,7
2014	262 207,5
2015	308 839,1
2016	318 354,8

Проведем SWOT-анализ открытия ателье в городе Челябинске.

Таблица 13 – SWOT-анализ ателье

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Изготовление изделий с учётом требований и пожеланий заказчика. 2. Учитываются индивидуальные особенности фигуры человека. 3. Регулярное проведение рекламных акций по продвижению товара на рынке. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не все виды рекламы доступны ввиду дороговизны. 2. Себестоимость продукции дороже рыночной стоимости; сезонное снижение цен. 3. Дополнительные затраты на разработку новых моделей.

Продолжение таблицы 8

Сильные стороны	Слабые стороны
4. Конкурентоспособный, качественный товар по сравнительно невысокой цене. 5. Разработка моделей соответствующих модным тенденциям. 6. Широкий ассортимент предлагаемых услуг. 7. Высококвалифицированный персонал.	4. Срок изготовления изделия зависит от количества заказов. 5. Трудности при найме персонала соответствующей квалификации.
Возможности	Угрозы
1. Большая емкость рынка. 2. Уход конкурентов рынка. 3. Расширение рекламной кампании. 4. Изменение налогового законодательства. 5. Заключение льготных контрактов с поставщиками тканей. 6. Расширение ассортимента услуг и ориентация а более широкую аудиторию.	1. Появление новых конкурентов 2. Ужесточение налогового законодательства. 3. Повышение цен на ткани и фурнитуру со стороны поставщиков. 4. Резкое снижение цен на продукцию со стороны конкурентов. 5. Отсутствие квалифицированной рабочей силы.

Так как в ателье приходят, как правило, жители близлежащих домов, имеет смысл оценивать конкурентов, находящихся поблизости. Оценим конкурентов и ателье «Модница».

1. Ателье «Юлия» - ателье занимается индивидуальным пошивом различного вида одежды, также оказывает услуги по ремонту изделий. Для работы используется более дешевый материал и оборудование, поэтому цены ниже, как и качество;

2. Ателье «Мастерица» - ателье с штатом из двух человек, занимается только ремонтом одежды. Работу выполняют качественно, так как заказов немного и они нетрудоемкие. Нельзя считать полноценным конкурентом, так как направления работы отличаются;

3. Ателье «Швейное ателье» - занимаются ремонтом изделий, а также пошивом по индивидуальным заказам. Специализируются на пошиве мужских и женских брючных костюмов. Большая площадь ателье, профессиональные закройщицы, дорогие материалы – более высокая цена на изделия.

Таблица 14 – Сравнительная таблица ателье

Показатель	«Юлия»	«Швейное ателье»	«Мастерица»	«Модница»
Время работы	11:00-20:00	11:00-20:00	11:00-20:00	10:00-21:00
Средний чек на ремонт одежды, руб.	250	500	300	400
Количество сотрудников, чел.	3	6	2	2
Наличие дисконтной программы	Нет	Есть	нет	Есть
Возможность пошива одежды на заказ	Да	Да	нет	Да

Таблица 14 показывает, что проектируемое ателье «Модница» имеет преимущество по таким показателям, как время работы, наличие дисконтной программы, и среднему чеку.

2.6 План маркетинга

Как уже описывалось выше, услуги ателье «Модница» направлены на ремонт и пошив изделий. Сотрудничество с местными производителями ткани позволит снизить цену на изготовление изделий по индивидуальным заказам. Профессионализм сотрудников, качественное обслуживание позволят обрести постоянных клиентов.

Ателье нацелено на клиентов из среднего класса. Потенциальные клиенты – молодежь и люди среднего возраста, имеющие средний достаток, не имеющие

дома швейной машинки. По результатам проведенного опроса, для данной категории людей качество и цена имеют равнозначное значение. Результаты опроса представлены в приложении А.

В процессе ценообразования в качестве базовых цен принимались цены конкурентов.

Для постоянных клиентов предусмотрена скидочная программа по картам лояльности в размере 10%.

Для того чтобы привлечь внимание клиентов перед открытием, на улице и ближайшем торговом центре будут раздаваться листовки с рекламой и отрывным купоном на скидку 15%.

Также будет создана группа вконтакте и в инстаграмме с профилем ателье, куда будут постоянно выкладываться готовые работы. Так потенциальные клиенты смогут быть уверенны в качестве услуг.

Расходы, направленные на рекламу в первый год работы, отражены в таблице 15.

Таблица 15 – Бюджет расходов на рекламу

Статья расходов	Сумма, руб.	
	1 месяц	2-12 месяц работы (сумма в месяц)
Листовки	2 000	1 500
Штендер	4 000	-
Вывеска	15 000	-
Реклама в социальных сетях	10 000	1 500
Итого	31 000	3 000

Листовки будут заказаны в типографии «Sky Print»: 1000 штук на мелованной бумаге стоят 1200 рублей, 800 рублей стоит разработка макета. Далее каждый месяц будет выбран день, когда промоутер будет раздавать по 500 листовок за 900 рублей.

Штендер будет изготовлен в компании «Логопринт»: двухсторонний оцинкованный штендер стоит 2900 рублей, 350 рублей замок и 850 рублей дизайн.

Вывеска будет заказана в компании «Рекламная группа Бобры»: стоимость светового короба высотой 0,8м, длиной 2м составляет 14 000 рублей; 1000 рублей - разработка дизайна.

Услуги SMM (рекламы в социальных сетях) на период введения и привлечения первичных клиентов обойдутся в 10 000 рублей в компании «Sisters*Creative*Agency», поддержание контента и размещение рекламных постов.

2.7 Инвестиционный план

В данном разделе представлены расчеты по инвестициям, необходимым для запуска проекта: это затраты на основные средства, мебель и другое. Все инвестиции будут осуществляться за счет собственных средств.

Безусловно, большую часть расходов составляют расходы на покупку современного высокотехнологического оборудования.

Для данного проекта рассчитывается минимальный набор необходимого оборудования: оверлок, три швейные машины, закройный стол, утюг, гладильная доска, три манекена, два вешала, один отпариватель.

Как правило, ателье работают на специальном промышленном оборудовании, однако цены на него намного выше. Поэтому для начала можно приобрести обычные бытовые машины, а уже потом заменить их на профессиональное оборудование.

Также для работы потребуется множество вспомогательных инструментов (ножницы, сантиметровые ленты, мелы, иглы, лампы, лекала), а также расходные материалы (плечики, чаечки, нити, молнии и другое). Расходные материалы закупаются ателье заранее, позднее включаются в стоимость услуг.

В таблице 16 представлены расчеты по приобретению необходимого оборудования.

Таблица 16 – Расчет необходимых инвестиций в основные фонды

Название	Единица	Кол.-во	Цена за ед., руб.	Итоговая стоимость, руб.
Машина швейная	Шт.	3	17800	53400
Оверлок	Шт.	1	28500	28500
Гладильная система	Шт.	1	14990	14990
Стол для раскроя	Шт.	1	45000	45000
Кресло рабочее	Шт.	2	2500	5000
Стул для клиентов	Шт.	2	1200	2400
Манекен	Шт.	1	10900	10900
Осветительное оборудование	Шт.	4	1420	5680
Отпариватель	Шт.	1	8000	8000
Гладильная доска	Шт.	1	2000	2000
Иглы	Шт.	10	15	150
Портновские булавки	Шт.	200	1,5	300
Перестроечный комплект на лёгкие, средние материалы (лапка, игольная пластина, зубчатая рейка)	Шт.	10	200	2000
Лапки для отстрочки, для вшивания потайной молнии	Шт.	5	200	1000
Челноки, шпульки	Шт.	15	100	1500
Масло для машин	Шт.	1	20	20
Образцы ткани	Шт.	50	300	15000
Ведро	Шт.	2	120	240
Тряпка	Шт.	2	150	300
Швабра	Шт.	2	300	600
Итого				196 980

Также для начала работы необходимо закупить оборотные средства. Список необходимых оборотных средств представлен в таблице 17.

Таблица 17 – Инвестиции в оборотные средства

Название	Единица	Количество, шт.	Цена за ед., руб.	Итоговая стоимость, руб.
Нитки	Шт.	50	110	5500
Бумага офисная	пачка	3	150	450
Канцтовары	Шт.	20	30	600
Ножницы	Шт.	3	610	1830
Замки	Шт.	60	50	3000
Крючки	Шт.	50	60	3000
Клёпки	Шт.	100	50	5000
Измерительные ленты	Шт.	5	80	400
Авансирование расходов первого месяца				67050
Итого				91630

Затраты на оборотные средства составляют 91 360 рублей.

Таким образом, общая сумма инвестиций составляет 288 610 рублей.

2.8 Юридические аспекты

В данном проекте организация предполагается без образования юридического лица, то есть ИП. Порядок регистрации проводится в соответствии с Федеральным законом РФ от 8 августа 2001г. №129 – ФЗ. В рамках регистрации происходит: государственная регистрация предпринимателей, постановка на учет в налоговых органах, присвоение кодов ОКВЭД, регистрацию во внебюджетных фондах в качестве страхователя.

Учредителем организации будет выступать Звягинцева Александра. Собственник будет самостоятельно планировать производственную программу, выбирать поставщиков, устанавливать цены и распоряжаться прибылью.

Выбор ИП как организационно-правовой формы обусловлен тем, что величина расходов на регистрацию относительно юридических лиц невысокая, также ведение бухгалтерского учета при такой форме намного проще.

В таблице 18 представлены расходы на юридическую регистрацию.

Таблица 18 – Расходы на регистрацию ИП

Вид затрат	Сумма, руб.
Государственная пошлина	800
Открытие расчетного счета в банке	1 000
Нотариальное заверение карточки с образцами подписей и оттиска печати	400
Изготовление печати	300
ИТОГО	2 500

Эти расходы несут дополнительную нагрузку.

2.9 Налоговое планирование

Выбор системы налогообложения зависит от того, каким родом деятельности занимается организации, и как структурируются ее доходы и расходы. Система ЕНВД – это специальный режим налогообложения. Он регулируется главой 26.3. Налогового кодекса Российской Федерации.

Под вмененным доходом подразумевается потенциально возможный доход налогоплательщика, который рассчитывается с учетом всех факторов, который могут повлиять на получение данного дохода. Базовой доходностью принято считать месячную доходность в стоимостном выражении на единицу физического показателя. Корректирующие коэффициенты отражают степень влияния входящего фактора на результат деятельности организации. Для ателье k_1 будет равняться 1,868, k_2 будет равен 0,5, а Базовая Доходность = 7500, N (количество работников)=4 (учитывая предпринимателя).

$$ВД = БД * N * K1 * K2 \quad (6)$$

$$ВД \text{ за месяц} = 7500 * 4 * 1,868 * 0,5 = 28\,020$$

$$ВД \text{ в год} = 336\,240$$

$$ЕНВД = 336\,240 * 15\% = 50\,436$$

Таким образом, сумма налога к уплате за год 50 436 рублей.

2.10 Организационный план

Ателье может начинать работу сразу после того как набран полный штат сотрудников, закуплено и установлено все оборудование.

Структура управления ателье представлена на рисунке 3.

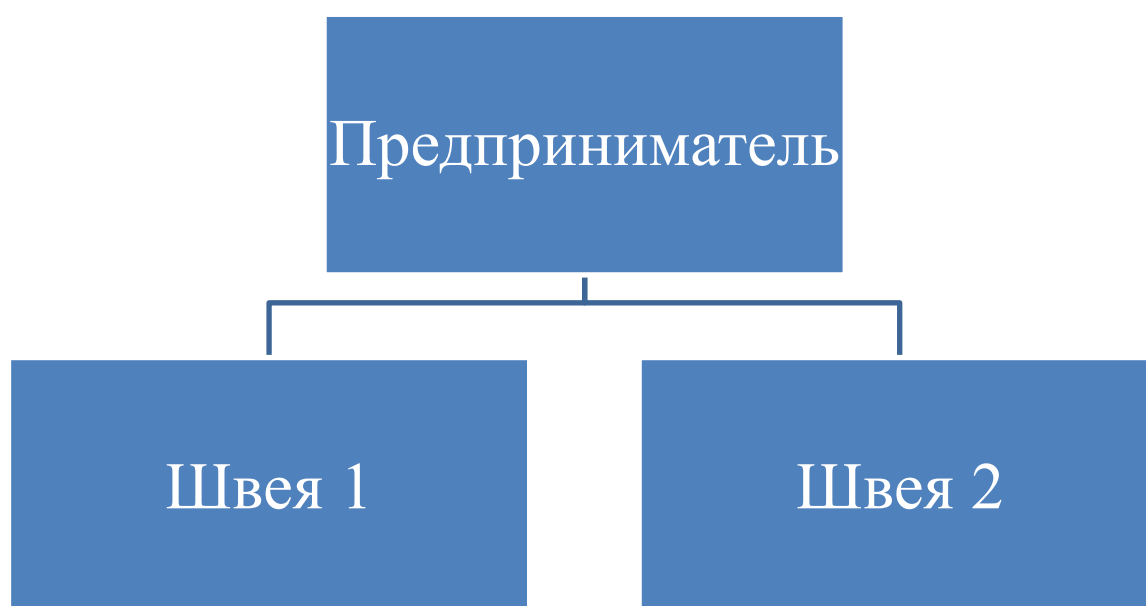


Рисунок 3 – Структура управления ателье

Предприниматель осуществляет функции управляющего, директора по персоналу, закупщика и бухгалтера. Определяет перспективы развития организации, принимает важные управленческие решения.

Швеи занимаются ремонтом, пошивом и раскройкой одежды.

Ателье будет работать с 10:00 до 21:00 по будням и с 10:00 до 18:00 по выходным. В смену работает две швеи, график работы швей- 2/2. Все работники будут оформлены в соответствии с трудовым законодательством.

Рассчитаем фонд оплаты труда.

Таблица 19 – Фонд оплаты труда

Должность	Количество, чел.	Зарботная плата 1 работника, руб.	Итого в месяц, руб.	Итого в год, руб.
Швея	2	18 000	36 000	432 000
ИТОГО	2	-	36 000	432 000
Страховые взносы за работников			10 800	129 600
Страховые взносы предпринимателя за себя			2 698	32 385
Итого страховых взносов			13 498	161 976
Итого ФОТ			49 498	593 976

На 2018 год страховые взносы за себя составляют 32 385 рублей, то есть по 2 698 рублей в месяц.

2.11 План производства

План производства – совокупность производственных процессов, необходимых для обеспечения деятельности организации.

Расходы ателье делятся на постоянные (арендные платежи, затраты на ремонт и обслуживание оборудования, фонд оплаты труда, расходы на рекламу и прочее) и переменные (затраты на приобретение тканей, нитей, игл и прочее).

Плата за помещение площадью 27 квадратных метров составляет 350 рублей за метр, то есть 9 450 рублей в месяц. Коммунальные платежи уже включены в эту стоимость.

Швейные принадлежности будут приобретаться в больших количествах у местных производителей, что позволит снизить себестоимость. Одним из главных партнеров будет ООО «Текстиль-ОПТ».

В связи с сезонностью спроса, большая закупка текстиля будет совершаться перед новогодними праздниками и перед свадебным сезоном.

В таблице 20 представлен расчет текущих затрат. В качестве расходов на материалы не учитываем ткани, так как они будут закупаться только по заказу клиента и оплачиваться за его счет.

Таблица 20 – Расходы на швейные материалы

Название	Стоимость, руб. в месяц	Стоимость, руб. в год
Нитки	550	6600
Бумага для раскроя	250	3000
Замки	300	3600
Крючки	250	3000
Клёпки	150	1800
Итого	1 500	18 000

В таблице 21 сгруппированы постоянные затраты ателье.

Таблица 21 – Постоянные затраты ателье

Название	Стоимость, руб. в месяц	Стоимость, руб. в год
З/п швей	36 000	432 000
Отчисления в ВБФ	10 800	129 600
Аренда помещения	9 450	113 400
Взносы ИП за себя	2689	32 268
Канцтовары	911	10 932
Тряпка для полов	200	2 400
Реклама	3 000	36 000
Расходы на швейные материалы	4 000	48 000
Итого	67 050	804 612

В таблице 22 представлен прейскурант ателье.

Таблица 22 – Прейскурант ателье

№	Вид работ	Стоимость, руб.
1	Замена молнии — Юбка, брюки, джинсы	200-250

2	Замена молнии — Куртки	350-500
3	Замена молнии — Пуховик	400-500
4	Замена молнии — Пальто	450-550
5	Замена подкладки Юбка, брюки	400-600
6	Замена подкладки — Пиджак, куртка	900-1200

Продолжение таблицы 22

№	Вид работ	Стоимость, руб.
7	Замена подкладки — Плащ, пальто демисезонное, пальто зимнее	1100-1500
8	Штопка брюк по внутреннему шаговому шву, задел карманов по боковому шву застрочить, штопка дырки	150-350
9	Обмётывание петель	20- 30
10	Изготовление шлёвки	40-80
11	Пришив подплечиков	60
12	Пришив мелкой фурнитуры не трогая модели	80
13	Пришив мелкой фурнитуры с распором и отстрочкой сопутствующего шва	100-160
14	Строчка машинная 1метр	От 50
15	Оверлок (обметочный шов), ролевой шов (оверлок) 1метр	От 50
16	Шторная тесьма 1метр	От 100
17	Укоротить низ изделия — Брюки, джинсы	150-280
18	Укоротить низ изделия — Юбка, платье, блузка	200-450
19	Укоротить низ изделия — Пиджак, жакет	350-550
20	Укоротить низ изделия — Ветровка, куртка без подкладки	250-500
21	Укоротить низ изделия — Плащ, пальто, куртка с подкладкой	450-600
22	Укоротить/удлинить рукава — Рубашка, платье, блуза простая, куртка, ветровка без подкладки	200-350
23	Укоротить/удлинить рукава — Рубашка, платье, блуза с отделкой по модели (кант, оборка, укор. молнии), манжеты	350- 600
24	Укоротить/удлинить рукава — Пиджак, куртка, плащ, пальто (рукава с подкладкой)	350-600
25	Укоротить/удлинить рукава — Пиджак, куртка, плащ, пальто (рукава с подкладкой) со шлицей , разрезом, манжеты	450-700
26	Изготовление воротника	От 500
27	Изготовление капюшона	От 700
28	Ремонт шлицы, пояса, кармана	150- 300
29	Изготовление манжет	250-450
30	Ушить по заднему шву (юбка)	От 200

Продолжение таблицы 22

№	Вид работ	Стоимость, руб.
31	Ушить по боковым швам (юбка)	От 250
32	Изменение длины или ширины пояса (юбка, брюки)	От 250
33	Опустить пояс (юбка, брюки)	От 250
34	Ушить по заднему шву (брюки)	150-250
35	Ушить по боковым швам (брюки)	От 350
36	Ушить по среднему шву (джинсы)	От 250
37	Ушить по боковым или шаговым швам с сохранением отстрочки (джинсы)	От 450
38	Ушить по спине (блуза, платье, пиджак)	От 200
39	Ушить по рельефам или боковым швам (блуза, платье, пиджак)	От 250
40	Ушить рукава блузы, платья, пиджака	200 -450
41	Изменение выреза (платье)	200-450
42	Коррекция оката-проймы	250-1500
45	Ушить по боковым швам или рельефам (плащ, пальто демисезонное, куртка)	500-2000
46	Ушить по боковым швам или рельефам (зимняя куртка, пальто)	700-2500
47	Пошив шубы	От 10000
48	Укоротить шубу, дубленку	900-1300
49	Пошив мехового жилета	От 5000
50	Укоротить рукава у шубы, дубленки	700-900
51	Реставрация шубы	250 \ 10 см
52	Замена опуши на капюшоне	700-1500
53	Замена меха на воротнике	700-2000
54	Изготовить воротник (горжет) из меха лисы, енота, норки, песца и т.д.	1500-3000
55	Пошив жилета из кожи	От 3500
56	Пошив пиджака, жакета из кожи	От 7000
57	Пошив брюк, юбки из кожи	От 5000
58	Пошив пальто из кожи	От 10000
59	Пошив куртки из кожи	От 7000
60	Мелкий ремонт кожи	150-1500
61	Замена замка в дубленке	От 600
62	Пошив пальто	От 8000
63	Пошив пальто без подклада	От 6000
64	Пошив постельного белья	От 450
65	Пошив штор за метр	От 50
66	Крой штор	От 100

Продолжение таблицы 22

№	Вид работ	Стоимость, руб.
67	Установка крючков у шубы	80-120
68	Пошив брюк / мужские , женские /	От 2000
69	Пошив юбки без подклада	От 1500
70	Пошив юбки на подкладе	От 2000
71	Пошив жакета без подклада	От 3000
72	Пошив жакета на подкладе	От 4500
73	Пошив жилета на подкладе	От 2500
74	Пошив платья	От 2500
75	Пошив костюма (жакет, юбка, брюки)	От 5000
76	Пошив чехла для стиральной машины	От 350

Таким образом, средняя цена за ремонт изделия – 400 рублей, средняя цена за пошив изделия – 3 000 рублей.

Для прогнозирования количества покупателей был произведен опрос работников ателье потенциальных конкурентов «Юлия» и «Швейное ателье».

По данным, полученным от швей:

- среднее количество клиентов в день: 6 человек по будням, 9 в выходные; т.е. 48 клиент в неделю, около 190 клиентов в месяц;

- в основном, по будням клиенты приходят в вечернее время после 18:00; по выходным клиенты чаще приходят в утреннее и дневное время;

- в обычный месяц выполняется обычно около 7 заказов на пошив изделия (для некорпоративных клиентов), остальные заказы связаны с ремонтом изделий. В декабре количество заказов на индивидуальный пошив увеличивается до 15 в связи с праздниками;

- в летнее время ателье сотрудничают с школами, шьют форму на заказ. За сезон подготовки успевают отшить около 60 детских школьных костюмов (около 20 в каждый летний месяц). Стоимость костюма около 2 000 рублей;

- в летнее время спрос на ремонт одежды падает примерно на 15% от физических лиц;

- ателье сотрудничают с различными спортивными танцевальными школами, школами по футболу, дзюдо, гимнастике и прочее. В год для таких клиентов

отшивается около 100 комплектов формы (около 8 заказов в месяц). Средняя стоимость комплекта формы 2 500 рублей.

Будем прогнозировать выручку по полученным данным, так как наше ателье максимально приближено по формату к ателье «Юлия» и «Швейное ателье».

Так как ателье необходимо наработать клиентскую базу, предположим, что к планируемому объему продаж ателье придет через 3 месяца работы. Ателье начнет работать 1 января 2019 года.

Таблица 23 – План продаж ателье

Период	Клиентов на ремонт одежды, чел.	Сумма в месяц, руб.	Клиентов на пошив одежды, чел.	Сумма в месяц, руб.	Итого, руб.
Январь	80	28000	2	6000	34 000
Февраль	120	42000	6	18000	60 000
Март	150	52500	9	27000	79 500
Апрель	177	61950	15	45000	106 950
Май	160	56000	15	45000	101 000
Июнь	155	54250	23	57500	111 750
Июль	150	52500	35	87500	140 000
Август	160	56000	26	65000	121 000
Сентябрь	177	61950	20	50000	111 950
Октябрь	177	61950	15	45000	106 950
Ноябрь	177	61950	15	45000	106 950
Декабрь	177	61950	23	69000	130 950
Итого 1ый год	1 862	651000	220	560000	1 211 000
2ой год	2 043	817200	248	684000,00	1 501 200
3ий год	2 043	817200	248	684000,00	1 501 200

Предположим, что во второй и третий год с января по май, с сентября по ноябрь, количество заказов будет одинаковое. С июня по август оно будет увеличиваться в связи с заказами на школьную форму, в декабре количество заказов будет расти в связи с заказами на индивидуальный пошив платьев и костюмов к новогодним праздникам.

2.12 Финансовый план

Данный раздел обобщает расчеты предыдущих разделов, что позволяет спрогнозировать все доходы, расходы организации и рассчитать чистую прибыль.

Спрогнозируем поток от операционной деятельности ателье.

Таблица 24 – Прогноз потока от операционной деятельности

Показатель, руб.	0	1	2	3
Выручка	0	1211000	1501200	1501200
Текущие затраты, в т. ч.:		804612	812292	812292
– страховые взносы как 1% от выручки выше 300 000 рублей.		9110	12012	12012
Прибыль до налогообложения	0	397278	676896	676896
ЕНВД		25218	25218	25218
Чистая прибыль		372060	651678	651678
Денежный поток от операционной деятельности		372060	651678	651678

ЕНВД уменьшен на 50% за счет страховых взносов, выплачиваемых ИП.

Финансовая реализуемость инвестиционного проекта - это обеспечение такой структуры денежных потоков, при которой на каждом шаге расчета имеется достаточное количество денежных средств для осуществления проекта. Необходимым и достаточным условием финансовой реализуемости инвестиционного проекта является неотрицательность для каждого шага расчета величины обобщенного накопленного сальдо потока денежных средств. Для оценки финансовой реализуемости проекта было рассчитано накопленное сальдо денежных потоков по всем видам деятельности предприятия: инвестиционной, операционной и финансовой.

Таблица 25 – Расчет суммарного денежного потока

Год	0	1	2	3
Операционная деятельность (чистая прибыль), руб.	-	372060	651 678	651 678
Инвестиционная деятельность, руб.	-288 610	-	-	-
Финансовая деятельность, руб.	288 610	-	-	-
Суммарный поток, руб.	0	372060	651 678	651 678
Общее сальдо накопленным итогом, руб.	0	372060	1 023 738	1 675 416

Так как величина накопленного сальдо денежных средств неотрицательна на каждом шаге проекта, то есть достаточно денежных средств для его финансирования, он является финансово реализуемым.

Оценка эффективности осуществляется с помощью расчета системы показателей эффективности инвестиционного проекта. Расходы и доходы разнесены по времени, приводятся к одному (базовому) моменту времени. Базовым моментом времени является дата начала реализации проекта. Приведение разновременных платежей к базовой дате осуществляется с помощью процедуры дисконтирования.

Ставка дисконтирования рассчитывалась по формуле Фишера:

$$DF=r+i+inf \quad (7)$$

где DF – ставка дисконтирования;
 I – ставка процента по кредиту;
 Inf – номинальный процент инфляции;
 R – ставка риска по отрасли.

$$DF = 3\% + 14\% + 4\% = 21\%$$

Таблица 26 – Расчет экономической эффективности

№	Показатель	Итого	0	1	2	3
1	Денежный поток от операционной деятельности			372 060	651 678	651 678
2	Денежный поток от инвестиционной деятельности		-288 610			
3	Сальдо		-288610	372 060	651 678	651 678
4	Сальдо накопленным итогом		-288610	83 450	735 128	1 386 806
5	Коэффициент дисконтирования		0,8264	0,8264	0,8264	0,8264
6	Сальдо дисконтированного потока		-288610	307487,603	445104,843	367855,242
7	Сумма накопленного дисконтированного потока	831837				

Таблица 27 – Экономическая эффективность проекта

№	Показатель	Значение
1	NPV проекта	831 837 рублей
2	PI	2,88
3	IRR	159%
4	DPP	10 месяцев

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод об экономической эффективности проекта.

2.13 Оценка рисков проекта

Для оценки рисков проекта был осуществлен операционный анализ и анализ чувствительности проекта.

Операционный анализ. К условно-постоянным затратам можно отнести все текущие затраты. Они не зависят от количества посетителей студии. Операционный анализ представлен в таблице 28.

Таблица 28 – Операционный анализ

Год	1	2	3
Выручка, руб.	1 211 000	1 501 200	1 501 200
Порог рентабельности, руб.	804 612	812 292	812 292
Запас финансовой прочности, руб.	406 388	688 908	688 908
Запас финансовой прочности, %	34	46	46

Порог рентабельности в течение первого года реализации проекта составляет 804 612 руб. Данный размер выручки позволяет покрыть затраты, не получая при этом прибыли от продаж.

Проведем анализ чувствительности. Наиболее важным для нас фактором, который может существенно отклониться от запланированного значения, является суммарная выручка. Данные по расчетам представлены в таблице 29.

Таблица 29 – Анализ чувствительности к изменению суммарной выручки

Показатели, %	Изменение суммарной выручки (в % от базового)					
	-15	-10	-5	0	5	10
Суммарная выручка, руб.	3 612 464	3 802 594	4 002 730	4 213 400	4 424 070	4 645 274
NPV, руб.	426 095	554 468	689 597	831 838	974 079	1 123 432
Изменение NPV, руб.	-128 372	-135 129	-142 241	0	142 241	149 353

По результатам таблицы 14 видно, что проект устойчив к изменению выручки, так как даже при снижении выручки на 15%, NPV проекта положительный. Таким образом, можно признать проект экономически эффективным и допустимым до реализации.

Выводы по разделу два

Сфера предоставления услуг по пошиву и ремонту одежды является низкорисковой по сравнению с другими отраслями и доходной. В связи с этим посредством методов бизнес-планирования была осуществлена оценка реализации бизнес-идеи по открытию ателье в г. Челябинске.

Были раскрыты основные понятия бизнес-планирования, задачи и цели планирования, основные функции бизнес-планов. Оценив значение и сущность бизнес-планов, можно утверждать, что планирование играет важную роль для достижения поставленных задач и целей.

Провели сравнительную характеристику двух методик: зарубежная методика UNIDO и форма бизнес-плана Правительства РФ. Однако, все методики содержат основные разделы, которые необходимы для анализа конкретных аспектов бизнес-плана. К основным разделам относят: резюме, описание бизнес-идеи, анализ рынка и стратегия маркетинга, производственный, организационный, инвестиционный и финансовые планы, анализ рисков.

Для обоснования эффективности бизнес-плана следует учитывать такие показатели как: NPV; PI; IRR; DPP.

Данные показатели экономической эффективности свидетельствуют о том, что данный проект является эффективным при $NPV > 0$, $PI > 1$, $DPP < \text{горизонт планирования}$.

План маркетинга показал, что предприятие будет конкурентоспособным на рынке и сможет занять свою нишу.

Затем определили требуемые инвестиции в объеме 288 610 руб.

Проект отвечает условию финансовой реализуемости: на каждом шаге расчета имеется достаточное количество средств для его продолжения.

После этого были рассчитаны денежные потоки от реализации проекта. Притоком по проекту является выручка от реализации продукции. В состав расходов включены: затраты на сырье и материалы, заработная плата работникам и отчисления во внебюджетные фонды и прочие. Все денежные потоки рассчитаны с учётом данных по инфляции.

Была рассчитана экономической эффективности и оценена финансовая реализуемость проекта. Для оценки экономической эффективности были рассчитаны дисконтированные показатели: чистый дисконтированный доход

(NPV), дисконтированный срок окупаемости (DPP), индекс доходности (PI) и внутренняя норма доходности (IRR). Данные расчёта показали, что реализация проекта целесообразна; также проект является финансово реализуемым.

Анализ рисков показал, что проект устойчив и не чувствителен к изменению выручки.

Таким образом, задачи проекта решены, цель исследования достигнута.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполненной выпускной квалификационной работы были изучены теоретические основы бизнес-планирования. Были рассмотрены основные понятия бизнес-плана, его цели и задачи. Бизнес-план – это документ, описывающий все основополагающие аспекты предпринимательской деятельности. Можно сделать вывод, что планирование имеет весомое значения в достижении поставленной цели. При оценке инвестиционных проектов учитывается множество факторов, мы рассмотрели такие показатели как: чистый дисконтированный доход, индекс доходности, срок окупаемости, внутренняя норма доходности.

Были оценены достоинства и недостатки отечественных и зарубежных методик разработки бизнес-плана. Однако, у них есть общий аспект. Все методики содержат основные разделы, которые необходимы для анализа бизнес-плана. К основным разделам относят: резюме, описание бизнес-идеи, анализ рынка и стратегия маркетинга, производственный, организационный, инвестиционный и финансовые планы, анализ рисков.

Целью выпускной квалификационной работы было разработать бизнес-план открытия ателье.

- 1) разработать бизнес-идею проекта;
- 2) проанализировать тенденции развития рынка по предоставлению маникюрных услуг;
- 3) провести маркетинговое исследование рынка;
- 4) рассчитать выручку, инвестиционные и текущие затраты, прибыль и денежные потоки от инвестиционной, финансовой и операционной деятельности;
- 5) оценить экономическую эффективность и финансовую реализуемость;
- 6) провести оценку риска проекта;
- 7) сделать выводы о целесообразности осуществления проекта.

В ходе работы были выполнены все выше поставленные задачи. Была выявлена актуальность открытия ателье, его основное направление в работе, рассчитаны все

необходимые затраты, возможные риски и выявлена экономическая эффективность проекта.

Самой сильной стороной нашего проекта является актуальность этого рынка, круглогодичный спрос на услуги, низкий порог входа.

Из слабых сторон можно подчеркнуть высокий уровень конкуренции в данном бизнесе и недостаточная известность бренда, так как планируемое предприятие является новым.

Главной угрозой является риск появления предприятия конкурента в непосредственной близости от нас.

Для ведения деятельности была выбрана форма индивидуального предпринимателя на системе налогообложения по единому налогу на вмененный доход.

Для реализации нашего проекта нам понадобятся инвестиции в размере 316000 рублей.

В пределах рассматриваемого периода, по произведенным расчетам показателей экономической эффективности составили: $NPV = 831\,837$ руб., $PI = 2,88$, $IRR = 159\%$. Срок окупаемости составляет 10 месяцев. Значение NPV положительное, PI больше единицы, IRR существенно превышает ставку дисконтирования.

При расчете всех необходимых затрат и планируемом плане продаж, наш проект можно признать экономически эффективным и финансово реализуемым.

Таким образом, задачи, поставленные в начале работы, выполнены в полном объеме, цель исследования достигнута.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование: учебное пособие / Н.Д. Стрекалова. – СПб.: Питер, 2012. – 352 с.
- 2 Головань, С.И. Бизнес-планирование и инвестирование / С.И. Головань, М.А. Спиридонов. – Ростов на Дону: Феникс, 2008. – 302 с.
- 3 Соловьева, И.А. Инвестиции и инвестиционный анализ: учебное пособие для практических занятий / И.А. Соловьева. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2013. – 48 с.
- 4 Афонасова, М.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / М. А. Афонасова. – Томск: Эль Контент, 2012. – 108 с.
- 5 Предпринимательство и бизнес: Учебник / Под ред. проф. М.П. Переверзева. – М.: Инфра-М, 2010. – 176 с.
- 6 Борисова, О.В. Ключевые направления типизации бизнес-планов на современном этапе развития экономики // Концепт. – 2015. – № 11 – С. 126-130.
- 7 Грачева, М.В. Риск-менеджмент инвестиционного проекта: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / М.В. Грачева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 544 с.
- 8 Экономика предприятия. Учебник / под редакцией доктора экономических наук, профессора Н.А. Сафронова. – М.: Издательство ИНФРА-М, 2005. – 234 с.
- 9 Бизнес-планирование: Учебник / Под. ред. В.М. Попова и С.И. Ляпунова. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 346 с.
- 10 Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент: Теория и практика / Е.С. Стоянова. – М.: Перспектива, 2004. – 656 с.
- 11 Вайсман, Е.Д. Конспект лекций по финансовому менеджменту / Е.Д. Вайсман. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2007. – 25 с.
- 12 Досужева, Е.Е. Основные принципы реализации инвестиционного проекта / Е.Е. Досужева, Ю.В. Кириллов // Науковедение. – 2014. – № 1. – С. 9–32.
- 13 Игонина, Л.Л. Инвестиции: учебное пособие / Л.Л. Игонина; под ред. д-ра экон. наук, проф. В.А. Слепова. – М.: Экономисту, 2005. – 478 с.

14 Михайлова, Э.А. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / Э.А. Михайлова, Л.Н. Орлова. – Рыбинск: РГАТА, 2008. – 176 с.

15 Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования от 31 марта 1994 г. №7-12/47. – М.: Изд-во МГУ, 2000. – 166 с.

16 Борисова, О.В. Ключевые направления типизации бизнес-планов на современном этапе развития экономики / О.В. Борисова // Концепт. – 2015. – № 11 (ноябрь). – 286 с.

17 Черняк, В.З. Бизнес-планирование / В.З. Черняк, А.В. Черняк, И.В. Довидиенко. – Новосибирск: САФБД, 2004. – 178 с.

18 Инвестиционный менеджмент: учебное пособие / Л.П. Гончаренко, Е.А. Олейников, В.В. Березин, и др. – М.: КНОРУС, 2005. – 296 с.

19 Золотогоров, В.Г. Организация и планирование производства: учебник / В.Г. Золотогоров. – Мн.: Издательство РДЛ, 2001. – 170 с.

20 Бортников, С.П. Основы проектирования предприятий автомобильного транспорта: Учебное пособие / С.П. Бортников. – Ульяновск: УлГТУ, 2008. – 63 с.

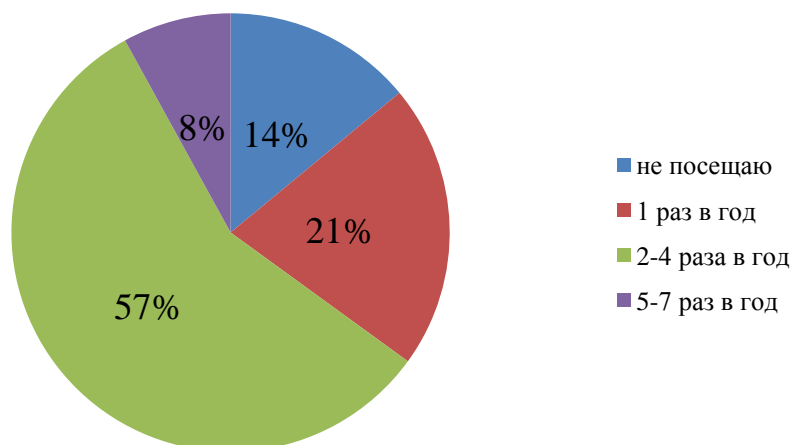
21 Юдин, М.И. Технический сервис машин и основы проектирования предприятий: учебное пособие / М.И. Юдин. – Краснодар: Издательство НИГМА, 2007. – 217 с.

Опрос респондентов

Вопросы анкеты:

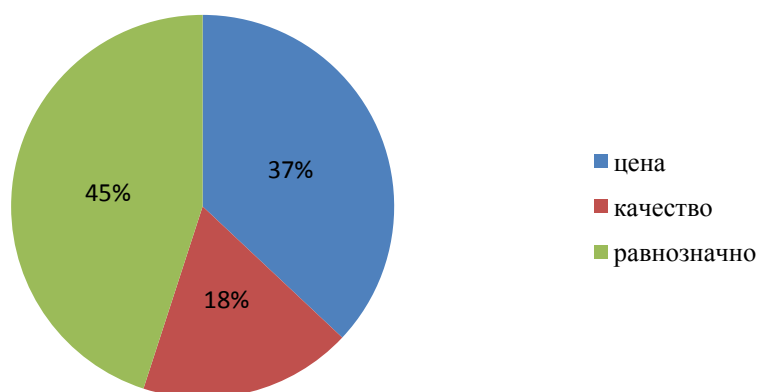
1. Как часто вы посещаете ателье?

Как часто Вы посещаете ателье?



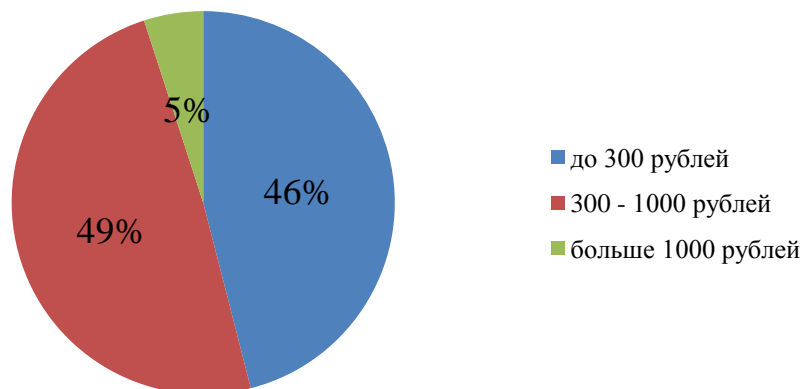
2. Для Вас важнее цена или качество услуги, предоставляемой ателье?

Для Вас важнее цена или качество услуги, предоставляемой ателье?



3. На какую сумму Вы обычно приобретаете услуги в ателье?

На какую сумму Вы обычно приобретаете услуги в ателье?



В опросе приняло участие 50 человек, из них 36 женщин и 14 мужчин. Возраст респондентов от 20-36 лет. Опрос проводился в центральном районе города Челябинска, в районе ЮУрГУ.