

сайт: www.probp.ru

ПРОЕКТ ПО СОЗДАНИЮ КОНСАЛТИНГОВОЙ ФИРМЫ "МОДЕЛЬЕР"

БИЗНЕС – ПЛАН

Автор: Т.С. Анциферова

Собственник: Федорова И.А.

адрес: 675000, Россия, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Ленина 206 кв. 18

ЧП "Модельер" – консалтинговая фирма, предлагающая своим клиентам оказание консультаций по созданию эскиза модели, расчета необходимых материалов, по подбору ткани, фурнитуры по магазинам города.



Edited with the demo version of
Infix Pro PDF Editor

To remove this notice, visit:
www.iceni.com/unlock.htm

Стоимость проекта 143060 рублей.

2. БИЗНЕС ПЛАН

2.1. Резюме

В последнее время рынок легкого и верхнего ассортимента одежды города Благовещенска далеко не отличается богатым разнообразием, поэтому все чаще женщины отдают предпочтение индивидуальному пошиву одежды. Умело подобранные элементы модели способны скрыть недостатки, подчеркнуть достоинства фигуры. Чтобы грамотно манипулировать специфическими свойствами элементов модели и достичь желаемого эффекта от пошитого изделия требуется помощь квалифицированного специалиста. Подобную консультацию можно получить в специализированных магазинах города, предоставляющих ткани. Однако предоставляемые здесь консультации не всегда удовлетворяют ожиданиям потребителей.

Таким образом, необходимость создания специализированной консалтинговой фирмы продиктована усложнившимися требованиями потребителей.

Целью данного проекта является организация консалтинговой фирмы способной работать на открытом для всех, в том числе и для конкурентов, поле деятельности. Создание подобной фирмы предполагает грамотный выбор такой рыночной ниши, где фирма могла бы строить свою долгосрочную стратегию. Главной целью организации фирмы является получение прибыли.

Деятельность создаваемой фирмы направлена на оказание консультационных услуг при пошиве изделий. Фирма предлагает создание качественных эскизов моделей и грамотный подбор ткани, фурнитуры в магазинах города для жителей и гостей города, независимо от уровня доходов.

Основными конкурентами являются фирмы "Центр ткани", "Шарм", ЧП Цветкова.

В сравнении с конкурентами организуемая фирма обладает рядом существенных преимуществ: воспользовавшись услугой, клиент получает не один, а несколько эскизов модели по цене равной цене конкурентов; фирма предоставляет возможность выбрать ткань, ознакомившись с ассортиментом нескольких магазинов города с минимальными затратами времени. Кроме того, фирма имеет удобный режим работы.

Данный проект планируется реализовать предпринимателем без образования юридического лица в целях уменьшения налогообложения и упрощения финансовой отчетности.

Для финансирования проекта планируется привлечь кредит в размере 10 тыс. рублей сроком на 1 год под 14 % годовых у физического лица гражданки РФ Лагуновой А.С.

Для организации производства требуется приобрести:

- офисную мебель (диван, два кресла, стол, тумба, вешалка, зеркало);
- павильон для оборудования помещения.

Помещение планируется взять на правах долгосрочной аренды.

Основные требования к персоналу – коммуникабельность, стильность, обладание необходимой профессиональной квалификацией. Общее количество создаваемых рабочих мест, включая руководителя – владельца 2 человека.

Совокупная стоимость предлагаемого настоящим бизнес – планом проекта составляет 143060 рублей.

Срок окупаемости первоначальных инвестиций составляет 2 года 3 месяц.

Основные экономические показатели деятельности фирмы в течение первых трех лет представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Основные экономические показатели

Наименование показателя	Год		
	первый	второй	третий
1. Объем продаж в натуральном выражении	4957	5900	6000
2. Выручка от реализации	166020	197630	204630
3. Затраты на производство и реализацию	102416	97090	97115
4. Прибыль	63604	100540	107515

2.2. Виды услуг

Фирма "Модельер" представляет собой консалтинговую фирму, предоставляющую следующие услуги:

- консультации по созданию эскиза модели;
- консультации по подбору ткани, фурнитуры.

Дадим более подробное описание перечисленных услуг.

Консультация по созданию эскиза модели. Каждая женщина независимо от возраста стремится быть не похожей на других, бесспорно, это касается и гардероба. Предлагаемый современными магазинами ассортимент не гарантирует индивидуальность и не всегда достаточно разнообразен. Именно поэтому в последнее время многие женщины все чаще прибегают к услугам ателье. Однако индивидуальный пошив предполагает достаточно точное представление модели, но

не все женщины могут однозначно определиться с деталями, кроме того, не качественный эскиз модели порождает несоответствия в готовом изделии. Т.е. здесь требуется помощь квалифицированного специалиста, который, изучив пожелание клиента, сделает качественный эскиз модели, что обеспечит максимальное соответствие эскиза готовому изделию. Данная услуга практикуется на рынке г. Благовещенска, но в отличие от услуг конкурентов художник – модельер фирмы "Модельер" предлагает эскиз не одной модели, а несколько эскизов альтернативных моделей. Пример эскиза модели представлен в приложении 1.

Кроме того, данная услуга предполагает расчет расхода материала в натуральном выражении. Для подсчета стоимости необходимых материалов консультант предложит клиенту ознакомиться с прејскурантами магазинов города Благовещенска, предлагающих ткани.

Консультация по подбору ткани, фурнитуры. Внешний вид сшитого изделия во многом определяется типом ткани, соответствием фурнитуры стилю модели. Для обеспечения однозначного соответствия ожиданий клиента внешнему виду готового изделия фирма "Модельер" предлагает выезд по магазинам г. Благовещенска, предлагающим ткани на автомобиле фирмы, с целью подбора типа ткани и характера фурнитуры согласно стилю модели. Ранее рассматриваемая услуга на рынке консалтинговых городов Благовещенска не практиковалась.

Услуги, предлагаемые фирмой "Модельер" призваны удовлетворить потребности клиентов в консалтинговых услугах опытного квалифицированного художника – модельера.

Все услуги, предлагаемые фирмой, отвечают требованиям действующего законодательства РФ.

Анализируя работу конкурентов фирмы и ателье города Благовещенска, следует отметить, что потребители все чаще пользуются услугами индивидуального пошива и консультациями художников – модельеров, т.е. спрос имеет положительную тенденцию.

Характер спроса на услуги фирмы имеет элемент сезонности, так наибольший поток потребителей будет наблюдаться в начале каждого квартала, а также в месяцы, которые содержат праздничные дни и месяцы непосредственно предшествующие последним (январь, февраль, март, май, август, ноябрь, декабрь).

Оценка преимуществ и недостатков создаваемой фирмы свидетельствует о том, что фирма имеет достаточно преимуществ и может предоставлять на рынок конкурентоспособные услуги (см. табл. 2).

Таблица 2– Оценка преимуществ и недостатков создаваемой фирмы

Преимущества по сравнению с аналогичными услугами конкурентов	Недостатки	Меры по преодолению недостатков
1	2	3
Удобное место расположение	–	–
Предоставление нескольких разработанных эскизов моделей	–	–
Продолжение таблицы 2		
1	2	3

Возможность создания эскиза модели на основе готового изделия	—	—
Ткань, фурнитура подбирается в нескольких магазинах	—	—
Подбор ткани сопровождается незначительными затратами времени, т.к. используется автомобиль	—	—
—	Узкая направленность фирмы (небольшой перечень услуг)	Дальнейшее расширение деятельности фирмы

2.3. Оценка рынков сбыта

Фирма "Модельер" будет действовать на растущем рынке специализированных консалтинговых фирм сферы бытового обслуживания, а также организаций, где оказание подобных консультаций является дополнительной услугой.

Сфера услуг является одной из самых перспективных, быстро развивающихся отраслей экономики. В нашей стране сфера услуг обгоняет производственную сферу по темпам роста и по появлению новых видов услуг, по ее приспособлению к потребностям рынка и потребителей. /3/

Так, в последние годы в России наблюдается стремительное развитие рынка консультационных услуг. К началу 2000 г. в нашей стране работало более тысячи консультационных фирм, объединяющих около 10 000 специалистов. Иностранное слово "консалтинг" уже стало общепринятым. /4/

По сути, консалтинг – это помощь, оказываемая внешними консультантами, в решении той или иной задачи. /4/

Само понятие консалтинг довольно широкое, и ввиду этого оно мало что объясняет, ибо любая помощь клиенту при решении проблем имеет право называться консалтингом. Поскольку круг подобных проблем весьма широк, деятельность консультантов с трудом поддается какой-либо классификации. Существование огромного количества компаний, предоставляющих консалтинговые услуги как в каком-либо одном направлении, так и охватывающих полный спектр услуг данной отрасли, нисколько не облегчает эту задачу./

Основными тенденциями рассматриваемого рынка является рост фирм, оказывающих консалтинговые услуги, кроме того, все чаще действующие фирмы расширяют свою деятельность в направлении предоставления консультационных услуг.

Изучая размеры рынка, в первую очередь следует проанализировать географическое расположение, т.к. оно оказывает существенное влияние на конечные результаты в любой сфере деятельности. /5/ Фирма "Модельер" будет располагаться в центре города Благовещенска в здании "Амурской ярмарки". Данное расположение довольно выгодное, т.к. в радиусе одного километра данной географической зоны расположены все основные точки – распространители

тканей и фурнитуры (точки фирмы "Центр ткани", "Садко", "Шарм", ЧП Цветкова, точки расположенные на Центральном рынке, в ОАО "Амурская ярмарка", Центральном универмаге).

Потенциальными клиентами фирмы можно считать женщин города Благовещенска, т.к. согласно проведенному анкетированию мужчины отдают предпочтение покупке готовых изделий.

Для определения целевого рынка сбыта услуг, предоставляемых фирмой "Модельер", проведем сегментацию рынка методом группировок. /6/

Целевой сегмент рынка рассматриваемой фирмы определяется во-первых возрастным критерием. /7/ Расчеты по возрастным группам приведены в таблице 3. /8/

Таблица 3 – Сегментирование рынка по возрастному признаку

Возрастные группы, лет	Количество женщин в группе (чел.)	Уд. вес группы, %
до 16 лет	22853,00	20,02
17 – 22	14453,00	12,66
23 – 34	22373,00	19,60
35 – 45	19816,00	17,36
46 – 60	19409,00	17,00
старше 60 лет	15261,00	13,37
Итого	144165,00	100,00

Во-вторых, сегмент будет определяться уровнем дохода в рассматриваемых группах (см. табл. 4).

Таблица 4 – Сегментирование рынка по уровню дохода

Возрастные группы	Женщины с низким уровнем дохода (до 700 руб.)		Женщины со средним уровнем дохода (700 до 1500 руб.)		Женщины с высоким уровнем дохода (свыше 1500)	
	чел.	уд. вес, %	чел.	уд. вес, %	чел.	уд. вес, %
до 16 лет	11884,00	52,00	6627,00	29,00	4342,00	19,00
17 – 22	7443,00	51,50	4119,00	28,50	2891,00	20,00
23 – 34	11643,00	52,00	6041,00	27,00	4698,00	21,00
35 – 45	10384,00	52,40	5747,00	29,00	3686,00	18,60
46 – 60	10306,00	53,10	5687,00	29,30	3416,00	17,60
старше 60 лет	8394,00	55,00	4197,00	27,50	2671,00	17,50

Конечные потребители услуг определяются в результате сегментирования по приверженности к пользованию услугами.

Таблица 5 – Сегментирование по приверженности

	Покупают готовые изделия		Шьют изделия самостоятельно		Заказывают изделия	
	Чел.	уд. вес, %	Чел.	уд. вес, %	Чел.	уд. вес, %
С низким уровнем дохода:						
до 16	6179,00	52,00	4159,00	35,00	1545,00	13,00
17–22	3647,00	49,00	1928,00	25,90	1868,00	25,10
23–34	5759,00	49,50	3025,00	26,00	2850,00	24,50
35–45	4569,00	44,00	2492,00	24,00	3323,00	32,00
46–60	4122,00	40,00	3092,00	30,00	3092,00	30,00
старше 60	5875,00	70,00	2098,00	25,00	420,00	5,00
Со средним уровнем дохода						
до 16	3360,00	50,70	1988,00	30,00	1279,00	19,30
17–22	1977,00	48,00	989,00	24,00	1153,00	28,00
23–34	2839,00	47,00	1450,00	24,00	1752,00	29,00
35–45	2529,00	42,00	1264,00	22,00	1954,00	36,00
46–60	2104,00	37,00	1706,00	30,00	1877,00	33,00

старше 60	2812,00	67,00	1049,00	25,00	336,00	8,00
С высоким уровнем дохода						
до 16	2275,00	52,40	1194,00	27,50	873,00	20,10
17–22	1445,00	50,00	549,00	19,00	896,00	31,00
23–34	1973,00	42,00	987,00	21,00	1738,00	37,00
35–45	1548,00	42,00	663,00	18,00	1474,00	40,00
46–60	1742,00	51,00	444,00	13,00	1230,00	36,00
старше 60	2190,00	82,00	214,00	8,00	267,00	10,00

Потенциальный объем продаж услуг фирмы "Модельер" определяется суммой потенциального объема продаж по каждому виду услуг.

Потенциальный объем продаж услуги "Консультации по созданию эскиза модели" составит 3345150 рублей, услуги "Консультации по подбору ткани, фурнитуры" 4460200 рублей. Таким образом, потенциальный объем продаж услуг фирмы "Модельер" составит 7805350 рублей.

Реальный объем продаж услуг определяется как сумма реального объема продаж по каждому отдельному виду услуг.

Реальный объем продаж услуги "Консультации по созданию эскиза модели" составит 837810 рублей.

Реальный объем продаж по оказанию услуг "Консультация по подбору ткани, фурнитуры" составит 1117080 рублей. Таким образом, реальный объем продаж услуг составляет 1954890 рублей.

Потенциальная емкость рынка составит 36894 услуги в год:

$$E = (1545+1868+2850+3323+3092+420) + (1279+1153+1752+1954+1877+336)*2 \\ + (873+896+1738+1474+1230+267)*4 = 36894 \text{ /Ман/}$$

Спрос на услуги, предлагаемые фирмой, определяется качеством рекламы, увеличением доходов и размеров зарплат населения. Потребительский спрос на уже существующую услугу изучается посредством наблюдения за конкурентами, а спрос на новую услугу создаваемой фирмой определяется методом опроса. В результате из 21 опрошенных человек разных возрастов 15 человек (исключительно женского пола) ответили, что они готовы воспользоваться новой услугой, остальные (исключительно мужчины) ответили, что ими данная услуга не будет востребована (см. прил.2). Наблюдение за деятельностью конкурентных фирм свидетельствует, что спрос на оказание услуг по созданию эскиза модели имеет положительную тенденцию, т.е. наблюдается его увеличение в динамике.

2.4. Конкуренция на рынках сбыта

Область деятельности фирмы "Модельер" является довольно новой, но быстро развивающейся. Хотя некоторые магазины, предлагающие ткани, в частности ("Шарм", "Центр ткани", ЧП Цветкова) и ателье ("Шарм", "Садко", "Элегант", "Радуга", "Дом мод" и др.) города Благовещенска предлагают услуги по разработке эскиза модели, однако отдельной консалтинговой фирмы, специализирующейся в данной области в городе еще нет.

Как уже было упомянуто, основными конкурентами фирмы являются консультант – модельер специализированного магазина "Шарм", консультант – модельеры серии магазинов фирмы "Центр ткани" и консультант – модельер ЧП Цветкова.

Оценку конкурентоспособности проведем с помощью таблиц 6 – 8. /9/,

Таблица 6 – Оценка конкурентов

Факторы конкурентоспособности	Фирма "Модельер"		Главные конкуренты					
			Магазины "Центр ткани"		"Шарм"		ЧП Цветкова	
1	2		3		4		5	
Выгодное месторасположение	5		5		4.5		4.5	
Время работы	10 ⁰⁰ –18 ⁰⁰ , сб., вс. 9 ⁰⁰ –16 ⁰⁰	5	сб., вс., – выходной	4	сб., вс., – выходной	4	сб., вс., – выходной	4
Парковка	5		5		5		5	
Расценка:								
Создание	30руб.	5	30руб.	4.5	30руб.	4.5	30руб.	4.5

эскиза модели	(несколько моделей)		(1 модель)		(1 модель)		(1 модель)	
------------------	------------------------	--	-------------------	--	---------------	--	---------------	--

продолжение таблицы 6

1	2		3		4		5	
Дополнительные консультационные услуги	консультации по подбору ткани, фурнитуры в нескольких точках	5	консультации по подбору ткани, фурнитуры только в пределах магазина	4.5	консультации по подбору ткани, фурнитуры в пределах магазина	4.5	консультации по подбору ткани, фурнитуры в пределах магазина	4.5
Итого	25		22.5		22.5		22.5	

Согласно данным таблице 6 фирма занимает довольно прочные позиции в конкурентной борьбе, что создает реальную возможность предоставить на рынок конкурентоспособную продукцию.

Кроме того, данные таблицы 6 свидетельствуют, что основными преимуществами фирмы в конкурентной борьбе

является удобное месторасположение, режим работы, предоставление нескольких эскизов модели.

ОАО "Амурская ярмарка", в здании которой будет располагаться фирма "Модельер" является достаточно престижным и посещаемым местом в городе, следовательно, можно рассчитывать на более частую посещаемость, нежели посещаемость у конкурентов.

Многие потенциальные клиенты фирмы являются людьми работающим и режим работы фирмы "Модельер" для них будет более удобен, чем режим работы конкурентов.

Многим клиентам бывает очень сложно сразу определиться, какую модель выбрать, поэтому создание нескольких альтернативных моделей избавит их от необходимости немедленного выбора, даст возможность спокойно обдумать и сделать выбор.

Таблица 7 – Сравнительные преимущества конкурентов

Факторы конкурентоспособности	"Модельер"	Главные конкуренты		
		Магазин "Центр ткани"	"Шарм"	ЧП Цветков
I. Услуга				
Качество	5	5	5	5
Уникальность	5	4.5	4.5	4.5
Престиж торговой марки	2	5	5	4
II. Цена				

Продажная цена	5	5	5	5
III. Каналы сбыта				
Прямая доставка	5	5	5	5
Степень охвата рынка	2	5	4	3
IV. Продвижение товара				
Индивидуальный контакт с клиентами	5	5	5	5
Ориентация на потребителя, его запросы пожелания	5	4.5	4.5	4.5
Реклама для потребителей	4	3	3	2
Общее количество баллов	38	42	41	38

Анализ сравнительных преимуществ конкурентов свидетельствует о том, что основным конкурентом фирмы является магазины фирмы "Центр ткани", однако разрыв в количестве баллов довольно несущественен. Лидерство фирмы "Центр ткани" обуславливается тем, что фирма уже давно функционирует на рассматриваемом рынке, ее торговая марка достаточно известна.

Оценка сильных и слабых сторон фирмы в конкурентной борьбе свидетельствует о том, что фирма "Модельер" занимает в основном средние и выше среднего позиции, т.е. является конкурентоспособной. Однако доля рынка и престиж торговой марки фирмы оставляет желать лучшего (позиция ниже среднего уровня), однако ситуацию можно существенно изменить во – первых, проводя правильную маркетинговую политику, во – вторых, обеспечив максимально

эффективное сервисное обслуживание.

Таблица 8 – Оценка сильных и слабых сторон фирмы в конкурентной борьбе

Наименование показателя	Оценка позиций				
	Явный лидер на рынке	Выше среднего уровня	Средний уровень	Ниже среднего уровня	Аутсайдер
1	2	3	4	5	6
I. Финансы					
Отношение основного и оборотного капитала			*		
Отношение объема продаж к стоимости активов			*		
II. Производство					
Численность работников		*			

Производительность труда			*		
III. Маркетинг					
Доля рынка				*	
Репутация товаров на рынке		*			

Продолжение таблицы 8

1	2	3	4	5	6
Престиж торговой марки				*	
Число потребителей			*		
Цены на товары	*				

2.5. Маркетинг

Главное в маркетинге – целевая ориентация и комплексность, т.е. соединение предпринимательской, хозяйственной, производственной и сбытовой деятельности.

2.5.1. Цели и стратегии маркетинга

Целями и задачами фирмы являются:

- выход на рынок фирм г. Благовещенска, предоставляющих консалтинговые услуги;

– создание новой "ниши" на существующем сегменте рынка услуг художников – модельеров в г. Благовещенске;

Целью маркетинга является обеспечение наличия нужного количества услуг для нужной аудитории, в нужном количестве, в нужное время, по подходящей цене, при осуществлении необходимой коммуникации и мер по стимулированию сбыта./11/, /12/

Основной целью деятельности фирмы является утверждение на рынке и получение достаточно стабильной прибыли.

Достижение указанных целей планируется посредством действия согласно следующей стратегии маркетинга.

Открытие фирмы "Модельер" планируется в апреле текущего года. Весна это период, когда многие представительницы прекрасного пола стремятся пополнить свой гардероб новыми весенними и летними моделями, поэтому весной увеличивается посещаемость ателье, и консультации художников – модельеров будут чаще востребованы. Таким образом, можно рассчитывать на значительный спрос на услуги фирмы уже с первого месяца открытия. Особенно большой спрос будет наблюдаться в мае и начале июня, так максимальное число потребителей достигнет 18 человек в день.

Открытие фирмы в таком часто посещаемом, популярном месте как "Амурская ярмарка" будет способствовать скорейшему осведомлению потребителей о существовании фирмы, и предоставляемых ее услугах. Кроме того, информация о фирме будет распространяться посредством рекламы в печатных средствах ("Милая леди", "Моя мадонна", "Витрина") и через радиовещание.

Сточки зрения сегментации рынка фирма будет действовать согласно стратегии недифференцированного маркетинга, т.е. различия между сегментами рынка будут игнорироваться. /6/

2.5.2. Ценообразование

Неосязаемый характер услуг затрудняет процесс ценообразования. Кроме того, для многих видов услуг не существует каких – либо узаконенных правил ценообразования. Поэтому каждой фирме приходится устанавливать свои собственные цены, что является не простой задачей. /3/

Действительные расценки на услуги не являются результатом простых бухгалтерских операций, как правило, они устанавливаются с учетом ряда факторов:

- уникальность услуги;
- какую цены покупатели готовы заплатить за услугу;
- сопоставимы ли цены с ценами конкурентов. /регистр/

Цены на услуги фирмы следует установить средние, т.к. удельный вес женщин, имеющих низкий и средний доход в месяц выше, чем процент женщин, уровень дохода которых значительно выше среднего. Однако на новый вид услуги цена может быть несколько выше. /13/

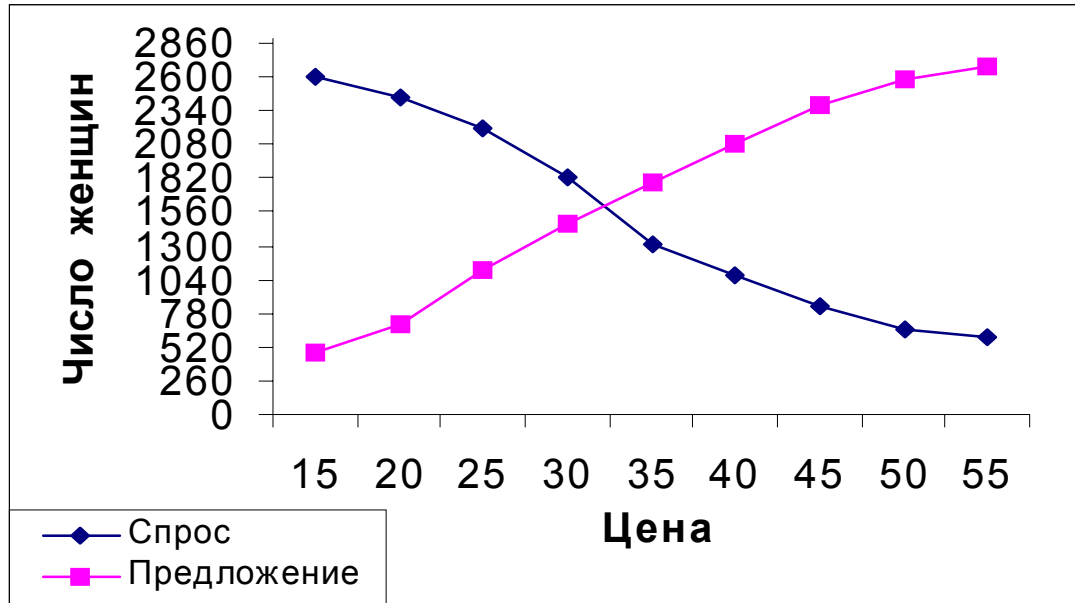
Указанная политика ценообразования нацелена на обеспечение стабильности и создание имиджа престижной консультационной фирмы.

Посредством наблюдения и анкетирования для каждой предоставляемой услуги фирмы было определено их количество, которое можно оказать при различных ценах, в результате были построены графики спроса и предложения (см. рис.1 – 2).

Согласно рисунку 1 равновесная цена составляет 32 рубля. Цена конкурентов на аналогичную услугу составляет 30 рублей. При такой цене спрос будет около 1560 клиентов в год. При увеличении цены на пять рублей, спрос уменьшится и составит 1300 человек в год, а выручка соответственно 39000 рублей.

График спроса и предложения услуг "Консультации по созданию эскиза модели"

Рис. 1

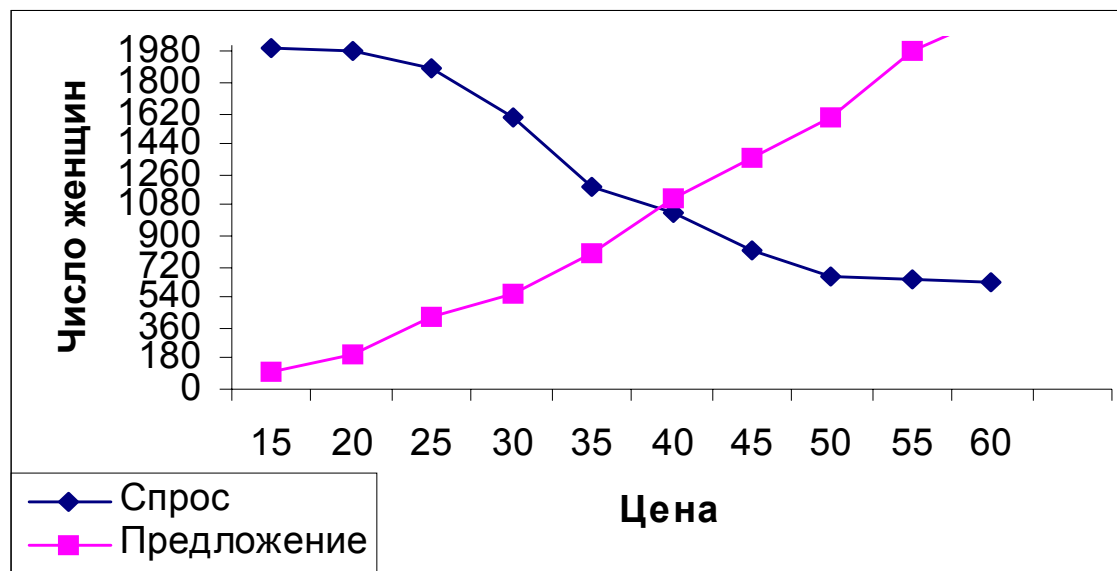


Для определения спроса на новые услуги был проведен опрос. По результатам опроса и наблюдения можно построить график спроса и предложения (см. рис. 2).

Изучая график спроса и предложения на услугу подбора ткани и фурнитуры, приходим к выводу, что равновесная цена равна приблизительно 40 рублей. Кроме того, анкетирование потенциальных покупателей показало, что 73,33 % опрошенных женщин готовы приобрести указанную услугу по цене не выше 40 рублей (см. прил. 2). Именно такая цена будет установлена фирмой на рассматриваемую услугу.

График спроса и предложения оказания услуги "Консультации по подбору ткани, фурнитуры"

Рис. 2



Выбор цены зависит от размера издержек. /берг/ Себестоимость каждого вида услуг на первые три года функционирования представлен в приложении 3. Расчет себестоимости был проведен в соответствии с Постановлением "О составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли" от 5 августа 1992 г. N 552. /14/, /15/

Расчет арендной платы производился согласно формуле 1.

$$A_p = S * P$$

(1),

где A_p – арендная плата;

S – необходимая площадь;

P – стоимость 1м^2 ;

Таким образом, учитывая, что стоимость аренды одного квадратного метра в здании "Амурской ярмарки" составляет 250 рублей в месяц, стоимость аренды 12 квадратных метров обойдется фирме в 3000 рублей в месяц.

Размер годовых амортизационных отчислений основных производственных фондов на полное восстановление был определен в соответствии с Положением "О порядке начисления амортизационных отчислений по основным фондам в натуральных хозяйствах" от 29 декабря 1990 года № ВГ – 21 – Д. /16/

Расчет годовых амортизационных отчислений на полное восстановление основных производственных фондов приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Расчет годовых амортизационных отчислений

Основные производственные фонды	Стоимость основных производственных фондов, тыс.руб	Годовая норма амортизационных отчислений	Размер годовых амортизационных отчислений, тыс. руб.
1	2	3	4
Здания в том числе:			

павильон из стеклопластика	12,000	0,110	1,320
Транспортные средства в том числе:			
Легковой автомобиль (MarkII)	85,000	0,143	12,155
Производственн ый и хозяйственный инвентарь в том числе:			
диван	4,000	0,100	0,400
кресло (2 шт.)	3,000	0,100	0,300
стол	1,500	0,100	0,150

Продолжение таблицы 9

1	2	3	4
тумба	3,000	0,100	0,300

вешалка	1,000	0,100	0,100
зеркало	3,000	0,067	0,300

Расчет расхода бензина АИ 92 был произведен по формуле 2.

$$P_6 = P_d * D * N_p * C \quad (2)$$

где P_6 – средне – месячный расход бензина;

P_d – средне – дневной пробег автомобиля;

D – количество дней эксплуатации;

N_p – норма расхода бензина на 1 километр пути, составляет 0,15 л;

C – цена одного литра бензина АИ 92.

При этом средне – дневной пробег автомобиля определялся с учетом следующих положений:

1.обслуживая одного клиента, автомобиль совершает путь равный 3 километрам,

2. прогнозируемый поток клиентов следующий:

- в течение месяца перед праздником – 4 клиента в день;
- в период двух недель до праздника – 10 клиентов в день;
- в остальные дни – 1 клиент в день.

Стоимость одного литра бензина АИ 92 составляет 9,2 рубля.

Расчет расхода листов бумаги формата А4 производился согласно формуле:

$$P_6 = B_q * П_q * Ц, \quad (3)$$

где P_6 – средне – месячный расход листов;

B_q – расход листов на обслуживание одного клиента;

$П_q$ – средне – дневное количество обслуженных клиентов;

$Ц$ – цена одного листа бумаги формата А4.

Непосредственный расчет расхода листов производился согласно следующих положений:

1. на обслуживание одного клиента требуется 5 листов;
2. стоимость одного листа формата А4 составляет 0,18 рублей;
3. средне – дневное количество клиентов следующее:
 - в течение месяца перед праздником – 8 клиентов в день;
 - в период двух недель до праздника – 18 клиентов в день;
 - в остальные дни 3 клиента в день.

Расчет средств на приобретение журналов производился с учетом того, что каждый месяц фирма будет приобретать по 5 журналов. Приобретение журналов планируется посредством годовой подписки. В соответствии с условиями подписки стоимость экземпляра журнала следующая:

- "Burda" – 70 рублей;
- "Butique" – 70 рублей;
- "Diana" – 40 рублей;
- "Золушка" – 60 рублей;

– "Журнал мод" – 35 рублей;

Размер налогового взноса составляет 960 рублей в месяц. Расчет налогового взноса был проведен в соответствии с Федеральным Законом РФ "О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности" от 31 июля 1998г. № 148 и Законом Амурской области "О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности на территории Амурской области " от 28 апреля 1999г. № 150 – ОЗ по формулам (4) – (5). /17/, /18/

$$M=C*N*D*E*F*A \quad (4)$$

$$V = M*02, \quad (5)$$

где М – сумма вмененного дохода;

С – базовая доходность на единицу физического показателя;

Н – количество единиц физического показателя;

Д – корректирующий коэффициент подвидов деятельности;

Е – корректирующий коэффициент по месту деятельности налогоплательщика, учитывающий тип населенного пункта;

Ф – корректирующий коэффициент в зависимости от места дислокации налогоплательщика, учитывающий местонахождение внутри населенного пункта;

V – квартальная сумма единого налога на вмененный доход;

A – корректирующий коэффициент, учитывающий уровень инфляции;

0.2 – ставка единого налога на вмененный доход.

В соответствии с законом Амурской области от № 150 – ОЗ 28 апреля 1999г. базовая доходность на единицу физического показателя составляет 6000 рублей. В качестве физического показателя рассматривается численность персонала (2 человека). Корректирующий коэффициент D для оказания консультаций равен единице. Т.к. фирма будет функционировать в г. Благовещенске, корректирующий коэффициент E берется равным 1. Корректирующий коэффициент F равен 1.2, т.к. фирма будет располагаться в центре города, где находится большое количество многофункциональных торговых комплексов и рынков. Т.к. в рамках данной курсовой работы инфляционные изменения учтены не будут корректирующий коэффициент, учитывающий уровень инфляции принимается равным единице. /17/

2.5.3. Продвижение товаров

Система продвижения услуг – это искусство создавать условия, при которых покупатель сам себя убеждает сделать покупку или заказ на обслуживание.

Продвижение консультационных услуг порой затруднено, т.к. фирма не может показать "образец своей услуги", в частности это относится к услуге оказания консультаций по подбору ткани, фурнитуры.

Поэтому основной стратегией фирмы при продвижении услуг на рынок является эффективные отношения с клиентами. Здесь фирма будет придерживаться простой, но очень эффективной формулы /3/:

Постоянная + здоровый + профессиональная = эффективные отношения

учтивость смысл гордость с клиентами

Эффективные отношения с клиентами будут способствовать увеличению числа клиентов фирмы, формированию имиджа, престижа торговой марки, это обуславливается спецификой клиентуры фирмы – женщинам наиболее характерна, так называемая, реклама из "уст в уста".

Кроме того, для продвижения услуг фирма будет вести активную рекламную кампанию, особенно в первые месяцы функционирования. Основная задача рекламной компании – обеспечить посещаемость с первых дней работы фирмы, занять преуспевающую позицию на рынке.

Фирма предполагает фиксированный рекламный бюджет в размере 4650 рублей в год. Привлечение женщин предполагается посредством рекламы в таких печатных средствах, как "Моя Мадонна", "Милая леди", "Витрина". Учитывая, что стоимость рекламного объявления в газете "Моя мадонна" составляет 7,35 рублей за 1 квадратный сантиметр, размер средств из рекламного бюджета составляет 1450 рублей в год. Стоимость 1 квадратного сантиметра рекламного объявления в газете "Милая леди" составляет 6,03 рублей, размер средств из рекламного бюджета будет выделен на сумму 1105 рублей. Остальная сумма рекламного бюджета будет выделена на рекламу на средствах радиовещания, в частности "Радио плюс" и рекламу в газете "Витрина". Выбор радиостанции "Радио плюс" для целей рекламной компании обусловлен его высоким рейтингом (39 %).

В перспективе на ближайшее будущее (предположительно через 3 года с начала существования) фирма планирует применение дополнительных методов продвижения услуг, в частности предполагается выделение части свободных средств на спонсирование различных акций и мероприятий, проводимых в городе Благовещенске.

2.6. Производственный план

Консультационные услуги фирмы "Модельер" будут предоставляться на вновь создаваемом предприятии.

Предоставление услуг планируется в здании ОАО "Амурская ярмарка", расположенном по адресу ул. 50 лет Октября, 15.

Такое месторасположение весьма удачно со следующих позиций:

- удобство маршрутов общественного транспорта;
- расположение в центре города;
- близость точек – распространителей тканей, фурнитуры;
- популярность ОАО "Амурская ярмарка" у благовещенцев, гостей города и иностранных туристов.

В здании, где будет располагаться фирма, не требуется предварительного ремонта.

Состав необходимых основных производственных фондов представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Стоимость основных производственных фондов

Наименование	Количество, штук	Цена за единицу, руб	Стоимость, руб.	Поставщики
1	2	3	4	5
Имеющиеся в наличии:				–
Легковой автомобиль (Mark II)	1	85000	85000	–
Приобретаемые:				

Диван	1	4000	4000	М–н "Аллегро"
Кресло	2	1500	3000	М–н "Аллегро"

родолжение таблицы 10

1	2	3	4	5
гол	1	1500	1500	М–н "У Динисенко"
Тумба	1	3000	3000	М–н "Аллегро"
Зеркало	1	3000	3000	М–н "Аллегро"
Вешалка	1	1000	1000	М–н "Аллегро"
Павильон	1	12000	12000	Фирма "Виста"
Итого			112500	

Согласно таблице поставщиками приобретаемых основных средств являются магазины мебели "Аллегро" (ул. Ленина, 159) и "У Денисенко" (ул. 50 лет Октября 18). Павильон из стеклопластика будет изготовлен по индивидуальному заказу в фирме "Виста", занимающейся изготовлением торгового оборудования и расположенной на 5 этаже здания ОАО "Амурская ярмарка".

Легковой автомобиль имеется в наличии и будет внесен предпринимателем в стартовый капитал.

Т.о. общая стоимость приобретаемых основных производственных фондов составит 27500 рублей.

2.7. Менеджмент

Фирма "Модельер" будет зарегистрирована индивидуальным предпринимателем без образования юридического лица Федоровой Ириной Алексеевной.

Услуги модельера – консультанта будут предоставлять владелец фирмы и наемный работник.

Владелец ЧП "Модельер" Федорова И.А. дизайнер, имеет диплом об окончании Амурского Государственного Университета по специальности дизайнер по костюму, является первоклассным специалистом и имеет достаточный опыт работы в рассматриваемой области деятельности.

Т.к. в сфере услуг предметом наиболее жесткой конкуренции является качество обслуживания, индивидуальный предприниматель Федорова И.А. предъявляет жесткие требования не только к профессионализму, но и к личным качествам потенциального сотрудника.

Отбор потенциальной сотрудницы будет проводиться согласно следующим критериям:

- женщина в возрасте от 22 лет;
- образование высшее или средне – специальное;
- коммуникабельность;
- владение правилами хорошего тона;
- творческий потенциал;
- стильность;
- наличие водительских прав с разрешением категории "В" (легковые автомобили).

Ограничение на пол сотрудника обуславливается тем, что в целом клиенты фирмы – женщины. Многие из них желают посредством качественно разработанной модели скрыть некоторые недостатки фигуры, в этом случае может возникнуть психологический барьер в общении со специалистом – мужчиной.

Правовые вопросы, связанные с трудовой деятельностью наемного сотрудника будут регламентироваться трудовым договором, заключаемым с фирмой при приеме на работу.

Размер заработной платы наемного работника будет фиксирован в размере 1400 рублей в месяц. Заработная плата предпринимателя будет начисляться в виде вознаграждения, определяемого результатами деятельности фирмы.

Режим работы фирмы соответствует режиму работы ОАО "Амурская ярмарка" (понедельник – пятница с 10⁰⁰ до 18⁰⁰, суббота – с 10⁰⁰ до 17⁰⁰, воскресенье – с 10⁰⁰ до 16⁰⁰) и является преимуществом фирмы в конкурентной борьбе, т.к. модельеры – консультанты фирм – конкурентов работают пять дней в неделю.

2.8. Правовое обеспечение

Правовая форма организуемого дела – индивидуальное частное предпринимательство. ЧП "Модельер" будет зарегистрирована в соответствии с законом о Закон РСФСР от 7 декабря 1991 г. N 2000 – I "О регистрационном сборе с физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, и порядке их регистрации", на имя Федоровой Ирины Алексеевны в отделе управления финансами Благовещенской Администрации. /19/

Открытие новой фирмы сопровождается рядом процедур. /20/

Для государственной регистрации будут предоставлены следующие документы:

- заявление по уставной форме (10 рублей);
- документы об уплате регистрационного сбора (размер регистрационного сбора составляет 120 рублей).

В результате регистрации будет получено свидетельство о государственной регистрации.

Далее в Госкомстате будут присвоены классификационные коды и классификационные признаки (оплата составит 140 рублей).

В течение 15 дней с момента регистрации предприниматель Федорова встанет на учет в налоговом органе. Постановка на учет будет проведена в соответствии с Приказом государственной налоговой службы РФ от 27 ноября 1998 года № ГБ – 3 – 12/309 "Об утверждении порядка и условий присвоения, применения, а также изменения идентификационного номера налогоплательщика и форм документов, используемых при учете в налоговом органе юридических и физических лиц" (стоимость составит 35 рублей). /21/

Завершающим этапом юридических аспектов образования фирмы "Модельер" станет открытие расчетного счета в Сбергательном банке (стоимость открытия счета составит 50 рублей).

Кроме того, предпринимателю необходима печать для придания юридической силы документам, возникающим в процессе предпринимательской деятельности. Стоимость изготовления печати составляет 160 рублей.

Таким образом, размер средств необходимых на регистрацию фирмы составит 515 рублей.

Согласно Федеральному Закону "О лицензировании отдельных видов деятельности" деятельность ЧП "Модельер" лицензированию не подлежит.

Юридический адрес ЧП "Модельер" – 675000, г. Благовещенск, ул. Ленина, 203/3 кв. 13. непосредственная деятельность осуществляется по адресу ул. 50 лет Октября, 15 секция 201.

В своей деятельности ЧП "Модельер" руководствуются местными, региональными и федеральными правовыми актами.

В соответствии с действующим налоговым законодательством, налоговая нагрузка на индивидуального предпринимателя Федорову И.А. сводится к уплате единого налога на вмененный доход. /22/ Уплата налогового взноса регламентируется Федеральным Законом РФ "О едином налоге на вмененный доход для определенных видов

деятельности" от 31 июля 1998г. № 148 и Законом Амурской области "О едином налоге на вмененный доход для определенных видов деятельности на территории Амурской области " от 28 апреля 1999г. № 150 – ОЗ

Финансовые аспекты деятельности, в частности состав затрат, включаемых в себестоимость услуг, регламентируется Постановлением "О составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли" от 5 августа 1992 г. N 552.

2.9. Оценка риска

При всех положительных моментах разработанного проекта следует оценить опасность не достижения поставленных целей, прогнозных значений. /23/

Деятельности ЧП "Модельер" может быть подвергнута следующим рискам:

- изменение отношения властей;
- рост налогов;
- снижение платежеспособности населения;
- активизация старых конкурентов, появление новых;
- отказ в аренде помещения;
- выход из строя автомобиля;
- возможность автомобильной катастрофы;
- неудачный выход на рынок.

Оценим риски согласно одной из методик, используя следующую шкалу:

0 – несущественный риск;

0.25 – риск, скорее всего не реализуется;

0.50 – о наступлении события ничего определенно сказать нельзя;

0.75 – риск, скорее всего, проявится;

1 – риск реализуется. /12/

Оценив рассматриваемые риски по данной шкале, получим следующее:

- изменение отношения властей (0.75);
- рост налогов и инфляция (0.75);
- снижение платежеспособности населения (1);
- появление конкурентов на новый вид услуг (0.75);
- отказ в аренде помещения (0.75);
- выход из строя автомобиля (1);
- возможность автомобильной катастрофы (1);
- неудачный выход на рынок (0,75);

Таким образом, наиболее вероятно наступление риска снижения платежеспособности населения, и риска автомобильной катастрофы. Вероятность наступления остальных видов риска одинакова.

Возможные мероприятия по предотвращению рисков и уменьшению отрицательных последствий представлены в таблице 11.

Таблица 11 – Возможные мероприятия по предотвращению рисков и уменьшению отрицательных последствий.

Наименование риска	Возможные мероприятия
Изменение отношения властей	–
Рост налогов и инфляция	–
Снижение платежеспособности населения	Снижение цен
Активизация старых конкурентов, появление новых	Корректировка методов продвижения, проведение маркетинговых исследований, концентрация усилий, увеличение рекламы.
Выход из строя автомобиля	Периодическая проверка и своевременный ремонт автомобиля.
Отказ в аренде помещения	Своевременный анализ возможности продления сроков аренды. Владение оперативной информацией о рынке недвижимости, предоставляемой в

	аренду.
Возможность автомобильной катастрофы	Соблюдение правил дорожного движения, периодическая проверка и своевременный ремонт автомобиля.
Неудачный выход на рынок	Проведение активной рекламной кампании в первые месяцы функционирования на рынке, выбор эффективной маркетинговой стратегии

2.10. Финансовый план

Данный раздел бизнес-плана рассматривает вопросы финансового обеспечения деятельности фирмы и наиболее эффективного использования имеющихся денежных средств на основе оценки текущей финансовой информации и прогнозов реализации услуги в последующие периоды.

В этом разделе необходимо подготовить сразу несколько документов:

- прогноз объемов реализации;
- баланс денежных расходов и поступлений;
- таблицу доходов и затрат. /24/

Прогнозные значения начального периода деятельности определяются числом клиентов в день. Основываясь на наблюдениях за деятельностью конкурентов, было установлено, что количество клиентов напрямую зависит от праздничных дней года. Так, покупательная активность клиенток за месяц до предстоящих праздников повышается

приблизительно в 2 раза, а за две недели – в 4 раза.

Следуя этим рассуждениям, ожидается следующее среднее – дневное количество клиентов, воспользующихся консультацией по созданию эскиза модели:

- в течение месяца перед праздником – 8 клиентов в день;
- в период двух недель до праздника – 18 клиентов в день;
- в остальные дни 3 клиента в день.

Среднее – дневной поток клиентов, которыми будут востребованы консультации по подбору ткани, фурнитуры следующий:

- в течение месяца перед праздником – 4 клиента в день;
- в период двух недель до праздника – 10 клиентов в день;
- в остальные дни – 1 клиент в день.

Расчет прогнозного объема продаж представлен в приложении 4.

Анализ проведенного прогноза объемов продаж свидетельствует о значительной подверженности объема продаж сезонным колебаниям. Так, увеличение выручки наблюдается в праздничные и предпраздничные месяцы (вторая половина января, февраль, март, вторая половина апреля, май, июнь, август, сентябрь, ноябрь, декабрь).

Рост реализации услуг в мае – июне обусловлен во – первых сменой сезона, которая характеризуется стремлением женщины обновить свой гардероб, во – вторых школьными праздниками (последний звонок, выпускной вечер), когда шьют в основном вечерние платья, модели которых довольно сложно разработать без помощи квалифицированного специалиста. В июле будет наблюдаться значительный спад объемов продаж услуг и соответственно превышение расходов над доходами. В августе – сентябре снова произойдет увеличение объемов продаж. Это обуславливается

сменой сезона (у женщин возникает потребность сменить легкие летние платья на более строгие и теплые вещи) и началом нового учебного года в учебных заведениях. В октябре снова расходы превысят доходы. Новый всплеск объемов продаж предполагается в ноябре – декабре и феврале – марте. Здесь существенное влияние окажет праздник 8 марта. Кроме того, многие клиентки пожелают воспользоваться консультациями по подбору ткани, фурнитуры вследствие неблагоприятных зимних погодных условий.

Предполагаемая чистая прибыль по итогам года составит 61,794 тыс. рублей, валовая прибыль определится в размере 166,020 тыс. рублей, полная себестоимость годовой реализации услуг будет равна 104,226 тыс. рублей.

Увеличение прибыли происходит только за счет увеличения числа клиентов, т.к. в течение трех анализируемых лет цены останутся постоянными.

Для того, чтобы проследить за формированием, расходованием и изменением прибыли от деятельности фирмы в течение трех лет построим баланс доходов и расходов (см. прил. 5). Анализ баланса показывает, что в первый месяц деятельности студии расходы превышают доходы на 2159 рублей. Это связано с тем что, фирма только выходит на рынок.

Кроме того, большие средства расходуются на рекламу.

Из баланса расходов и доходов можно определить соотношение постоянных и переменных затрат в общей их структуре (см. табл. 12).

Таблица 12 – Структура затрат ЧП "Модельер"

Вид затрат	1 год	2 год	3 год
Постоянные	0,86	0,77	0,84
Переменные	0,14	0,16	0,23

Итого	100,00	100,00	100,00
-------	--------	--------	--------

Данные таблицы показывают, что значительную долю в общей структуре затрат составляют постоянные затраты. Их доля снижается на второй год деятельности фирмы в основном за счет того, что из статей затрат выбывает строка затрат на выплаты кредита. На третий год, в связи с увеличением количества клиентов увеличивается и доля переменных затрат.

На основе полученных прогнозных значений финансовых результатов деятельности фирмы "Модельер" рассчитаем некоторые финансовые коэффициенты, характеризующие ее деятельность.

Рентабельность реализации определяется как отношение валовой прибыли от реализации к полной себестоимости продукции. /25/

Рентабельность предлагаемых услуг в течение трех прогнозируемых лет постепенно возрастает, так, в первый год функционирования на рынке составляет 0.68, в последующие два года уже достигает 0.9. Данный коэффициент показывает способность фирмы контролировать себестоимость услуг./25/. Увеличение коэффициента в динамике подтверждает правильность выбора стратегии маркетинга и ценовой кампании фирмы.

Данные для расчета рентабельности услуг представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Данные для расчета рентабельности услуг ЧП "Модельер "

	Себестоимость услуг, руб.	Чистая прибыль, руб.
Первый год	104,226	61,794
Второй год	85,788	99,170
Третий год	85,030	99,689

Фондоотдачу основных средств можно рассчитать по формуле:

$$\text{Фондоотдача} = \frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{стоимость ОФФ}} \quad (6)$$

Тогда, в первый год она составит 15,0 %, во второй – 16,0 %, в третий – 0,16 %. Соответственно фондоемкость (величина обратная фондоотдаче) составит 0,68 руб., 0,56 руб., 0,56 руб. соответственно в первый второй и третий годы. Увеличение фондоотдачи в динамике свидетельствует о снижении суммы затрат основных фондов на 1 рубль от стоимости оказываемых услуг. Но в целом величина фондоотдачи очень мала, что говорит о том, что производственные фонды использовались недостаточно эффективно. Поэтому на один рубль от стоимости услуг приходилось соответственно 0,68 руб., 0,56 руб. и 0,57 руб. основных фондов.

Уровень прибыльности инвестиций определяется как отношение чистой прибыли к общей сумме вложений. /25/ Так, прибыльность инвестиций ЧП "Модельер" составит: 43,19 %, 69,23 % 69,23 % соответственно в первый, второй и третий год деятельности фирмы. Как видно, уровень прибыльности растет в динамике.

Для диагностирования движения денежных средств ЧП "Модельер" в течение первых трех лет функционирования был разработан документ "График движения денежных средств" (см. прил. 6). В первый месяц функционирования наблюдается нехватка денежных средств, в дальнейшие месяцы убыток первого месяца покрывается и ситуация первого месяца не повторяется.

Так как, для реализации представленного бизнес – плана предполагается привлечение заемных средств, то начиная со второго месяца в будут произведены отчисления от остатка денежных средств на конец месяца в размере 909 рублей на возвращение кредита. Проценты за кредит начисляются ежемесячно и включены в себестоимость.

Основываясь на данных, полученных при проведении вышеописанных вычислений, определим точку безубыточности (нулевую точку), т.е. такой объем производства, при котором предприятие не будет иметь ни прибыли, ни убытков, и построим график достижения безубыточности. /23/, /25/

Точку безубыточности определим согласно методике системы "Директ – костинг". Согласно выбранной методике необходимо перегруппировать затраты, включаемые в себестоимость на постоянные и переменные (см. прил. 7). Значение точки безубыточности можно определить визуально (по графику) и посредством математического аппарата (см. формула (7)). /25/

$$T_6 = \frac{C}{Ц - V_{ед}}, \quad (6)$$

где T_6 – точка безубыточности;

$Ц$ – цена единицы услуги;

$С$ – постоянные затраты;

$V_{ед}$ – переменные затраты на единицу услуги.

Согласно рисунку 3 точка безубыточности оказания услуги "Консультации по созданию эскиза модели" достигается после оказания 30 услуг, т.е. еще в течение первой недели работы.

Значение точки безубыточности, определенное по графику подтверждается аналитическим расчетом.

Точка безубыточности оказания услуги "Консультации по подбору ткани, фурнитуры" (см. рис. 4) достигается после оказания 103 услуг, т.е. уже на второй месяц работы.

График безубыточности оказания услуги "Консультации по созданию эскиза модели"

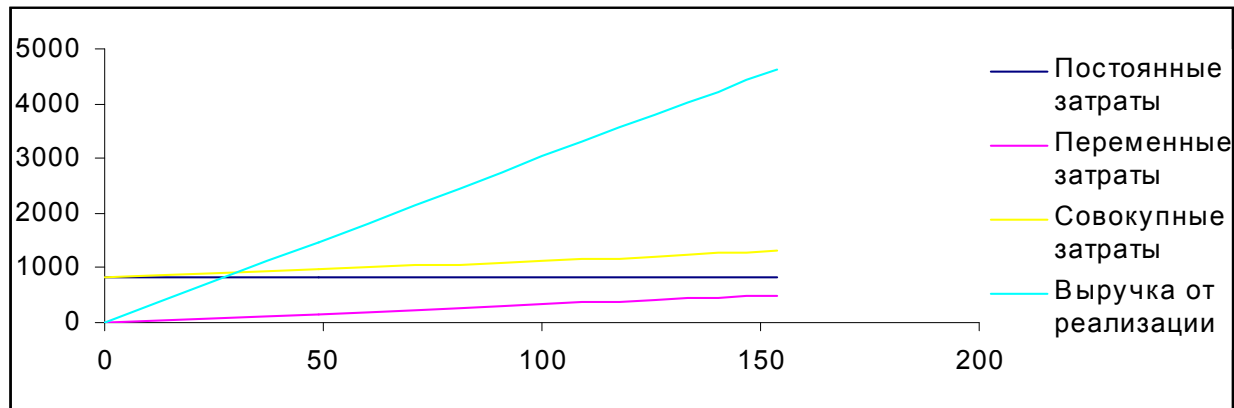


Рис. 3

График безубыточности оказания услуги "Консультации по подбору"

ткани, фурнитуры"

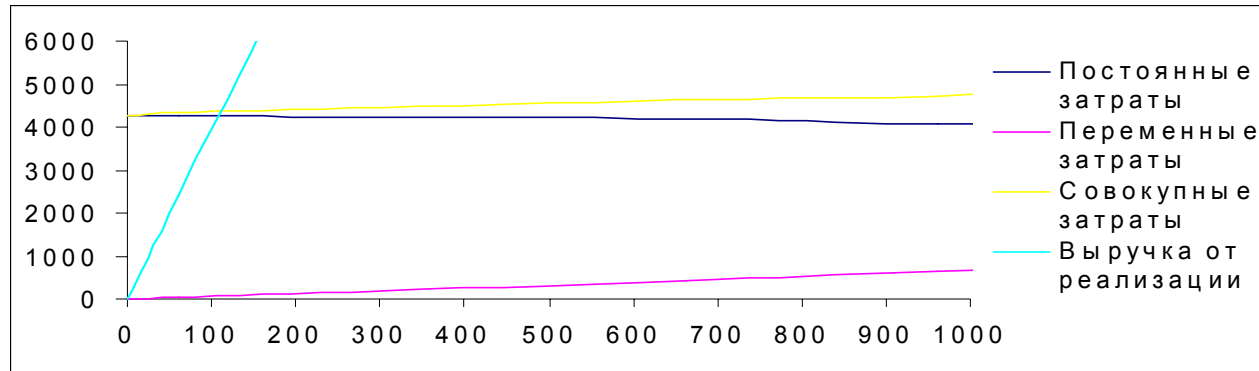


Рис. 4

2.11. Стратегия финансирования

Для реализации предложенного проекта потребуется 143,06 тыс. рублей из этих средств размер стартового капитала составляет 119,795 тыс. рублей, рублей – 23,265 тыс. рублей составляют расходы первых трех месяцев.

Структура первоначального предпринимательского капитала представлена в таблице 14.

Таблица 14 – Структура первоначального капитала ЧП "Модельер"

Структура капитала	Размер средств, тыс.руб.
1	2
Первоначальный капитал	143,060
в том числе:	
Стартовый капитал	119,795
в том числе:	

средства на регистрацию предприятия	0,515
средства на аренду помещения	3,000
средства на приобретение офисной мебели	15,500
средства на приобретение павильона	12,000
средства на приобретение легкового автомобиля	85,000
Журналы мод за 1998 – 2000 год	2,280

Продолжение таблицы 14

1	2
Непредвиденные расходы	1,500
Расходы первых трех месяцев	
в том числе	23,265
заработная плата модельера – консультанта	4,200
арендная плата	9,000
налоговые отчисления	2,880
выплата кредита	2,168
реклама	1,150
приобретение бумаги	0,861
приобретение ручек	0,234

приобретение бензина АИ 92	1,947
приобретение журналов	0,825

Средства на приобретение автомобиля и архива журналов мод не требуются, т. к. являются частью личного имущества предпринимателя и будут им внесены в стартовый капитал. Средства в размере 45,78 тыс. рублей имеются у Федоровой И.А. от предыдущей предпринимательской деятельности. Таким образом, необходимо привлечь заемные средства в размере 10 тыс. рублей.

Необходимые средства планируется привлечь, взяв кредит у физического лица гражданки РФ Лагуновой А.С., проживающей по адресу г. Благовещенск, ул. Мухина, 14 кв. 60. Кредит будет взят под 14% годовых. Начисление процентов ведется каждый месяц в течении года. Возврат кредита будет производиться посредством отчисления 909 рублей суммы первоначального кредита плюс ежемесячный процент платы за кредит.

Срок окупаемости проекта определяется как отношение суммы первоначальных инвестиций (143,06 рублей) к сумме чистой прибыли (61,794) рублей, для предложенного проекта составляет 2 года 3 месяца. /12/

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате работы по созданию бизнес – плана был проведен анализ рынков консалтинговых услуг города Благовещенска, проанализированы основные конкуренты создаваемой фирмы, проведен анализ спроса и предложения на услуги создаваемой фирмы, определена точка безубыточности деятельности фирмы, финансовое планирование ее деятельности и др.

Исследование рынка показало, что основными клиентами фирмы будут являться женщины города Благовещенска.

Основными целями своей деятельности фирма ставит выход и закрепление на рынке консалтинговых услуг г. Благовещенска, получение стабильной прибыли, формирование имиджа фирмы.

Срок окупаемости первоначальных инвестиций составляет 2 года 3 месяц.

В течение прогнозируемого периода развития фирмы предполагается постепенное ежегодное увеличение количества клиентов, а соответственно и увеличение прибыли.

На основе прогнозного количества клиентов были получены основные экономические показатели, характеризующие деятельность фирмы.

Чистая прибыль от функционирования студии в первый год составила 61794 руб. к третьему году она возрастает в 1,6 раз.

Расчитанный коэффициент рентабельность реализации показывает способность фирмы контролировать себестоимость услуг. Увеличение коэффициента в динамике подтверждает правильность выбора стратегии маркетинга и ценовой политики кампании фирмы. В течении трех лет происходит увеличение уровня прибыльности фирмы, что свидетельствует о том, что фирма постепенно утверждается на рынке.

Таким образом, проведенный анализ свидетельствует о том, что проект создания консалтинговой фирмы достаточно выгоден и перспективен.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бусыгин А. В. Предпринимательство, учебник для вузов, М.: ИНФРА-М, 1997 г. - 608 с.
2. Хибберт Л. пре. С. Ермолаева Советы желающим открыть свое дело. М: Интерлист, 1993г.
3. Маркова В.Д. Маркетинг услуг. М: – Финансы и статистика, 1996. – 128с.
4. Горфинкель В.Я. и др. Курс предпринимательства: учебник для вузов. – М: Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 439 с.
5. Горемыкин В. Выбор местоположения коммерческой организации //Консультант Директора №17 (29), сентябрь 1996 г
6. Попов Е.В. Сегментация рынка. //Маркетинг в России и за рубежом №2–1999г.
7. К. Антипов Разделяй и властвуй. Кое – что о сегментировании целевой аудитории. // Маркетолог № 6, 2000 г.
8. Численность населения по полу и возрасту по городам и районам Амурской области на 1 января 2001 года, Госкомстат России, Амурский областной комитет государственной статистики, Благовещенск, 2000 г
9. Э.А. Уткин, А.И. Кочеткова. Бизнес план. Как развернуть собственное дело. М: ЭКМОС, 1998г. – 176 с.
10. Е.Елисеев Гонки за процветание. Технология конкуренции. // Маркетолог № 3 – 4, 2000г.
11. В.П. Буров, В.А. Морошкин, О.К. Новиков. Методика составления бизнес – плана, учебное пособие. – М: ЦИПКК АП, 1995 – 78с.
12. А. Пелих. Бизнес – план. – М.: "Ось – 89", – 1996г. – 96с.
13. А. Берг О ценах не спорят. Теория и методология ценообразования. // Маркетолог № 3 – 4, 2000г.
14. Положение о составе затрат на производство и реализацию продукции, (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг) и порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли. Постановление правительства РФ № 552 от 5 августа 1992 года;

15. Комментарий к положению о составе затрат. Е.Ю. Забрашная, А.В. Чепуренко – М.: Главбух, 1999 – 132 с.
16. О составе затрат и единых нормах амортизационных отчислений. М.: Финансы и статистика, 1993. – 224с.
17. О едином налоге на вмененный доход. Сборник. Благовещенск: РИО ЗАО "Амурская правда" 1999г.
18. О применении законодательства о едином налоге на вмененный доход "Экономика и жизнь", N 5, 2001 (опубликовано без письма)
19. Закон РСФСР от 7 декабря 1991 г. N 2000-1 «О регистрационном сборе с физических лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, и порядке их регистрации»;
20. Полонский Ю. Предприниматель без образования юридического лица, индивидуальный предприниматель. М: Ось – 89, 1996г.
21. Приказ государственной налоговой службы РФ от 27 ноября 1998 года № ГБ – 3 – 12/309 "Об утверждении порядка и условий присвоения, применения, а также изменения идентификационного номера налогоплательщика и форм документов, используемых при учете в налоговом органе юридических и физических лиц"
22. Налоговая нагрузка на предпринимателей в 2001 году Экономика и жизнь № 1, 2001 год
23. Осипова Л.В , И.М. Синяева Основы коммерческой деятельности. М: Банки и биржи. ЮНИТИ, 1997г. – 324с.
24. Бизнес – план. Методические материалы. Под ред. Р.Г. Маниловского. М: Финансы и статистика, 1999г. – 160с.
25. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Минск: ООО "Новое знание", 1999 – 688 с.

РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

Вопросы анкеты:

1. Пол

- а) женский;
- б) мужской.

2. Возраст:

- а) до 16 лет;
- б) 15 – 17 лет;
- в) 18 – 22 лет;
- г) 23 – 35 лет;
- д) 36 – 45 лет.

3. Пользуетесь ли Вы услугами модельера – консультанта:

- а) да;
- б) нет;
- в) нет, но хотел(а) бы.

4. Как часто Вы пользуетесь услугами модельера – консультанта:

- а) 1 раз в месяц;
- б) 1 раз в квартал;
- в) 1 раз в полугодие;

г) 1 раз в год;

д) свой вариант.

5. Как Вы относитесь к появлению в г. Благовещенске следующего вида услуг:

выезд с модельером – консультантом по магазинам города с целью подбора ткани, фурнитуры на автомобиле фирмы, предлагающей услугу.

а) услуга будет востребована;

б) нет необходимости в предоставлении указанной услуги.

6. Какую максимум сумму Вы готовы заплатить за услугу, указанную в вопросе 5:

а) не выше 40 рублей;

б) свой вариант.

Таблица 1 – Результат анкетирования

№	Результат опроса																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	12	1	14	15	1	17	1	19	2	2	
1	а	а	а	а	б	а	а	а	а	а	б	б	б	а	а	б	а	а	а	а	б	
2	б	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	в	е	е	в	е	в	
3	в	в	а	в	б	в	в	в	а	а	б	в	б	а	а	а	в	в	а	а	б	
4	б	в	б	б	–	в	г	а	в	в	–	–	–	б	б	в	в	г	г	в	–	
5	а	а	а	а	б	а	а	а	а	а	а	а	б	а	а	б	а	б	а	а	–	
6	а	а	а	60	–	а	а	50	70	100	–	70	–	50	50	–	100	а	100	а	–	

ПРИЛОЖЕНИЕ 3

СЕБЕСТОИМОСТЬ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ ЧП "МОДЕЛЬЕР"

Таблица 1 – Расчет себестоимости реализации услуги "Консультации по созданию эскиза модели"

	1 год (месяцы)												2 год (кварталы)				3 год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	
Расходы	3645	3736	3734	3391	3623	3530	3388	3727	3830	3566	3847	3693	10979	10489	10966	10982	46572
В том числе:																	
материальные затраты	492	632	681	437	569	576	434	623	776	538	744	639	1843	1703	2029	1970	10701
средства на оплату труда	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	2100	2100	2100	2100	8400
амортизационные отчисления	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	346	346	346	346	1386
прочие затраты	2338	2288	2238	2138	2238	2138	2138	2288	2238	2213	2288	2238	6690	6340	6490	6565	26085

Таблица 2 – Расчет себестоимости реализации услуги "Консультации по созданию эскиза модели"

	1 год (месяцы)												2 год (кварталы)				3 год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Расходы	4531	5002	5035	4322	4994	4579	4206	4853	5176	4559	5090	4869	12670	12274	12672	14428	52117
В том числе:																	

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
материальные затраты	248	770	853	240	811	497	124	621	994	402	858	687	2058	2013	2260	2141	8546
средства на оплату труда	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	2100	2100	2100	2100	8400
амортизационные отчисления	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	3622	3622	3622	3622	14486
прочие затраты	2338	2288	2238	2138	2238	2138	2138	2288	2238	2213	2288	2238	4890	4540	4690	6565	20685

ПРИЛОЖЕНИЕ 4

ПРОГНОЗ ОБЪЕМА ПРОДАЖ ЧП "Модельер"

Таблица 1 – Прогноз объема продаж оказания услуги "Консультации по созданию эскиза модели"

В рублях

	1 год (месяцы)												2 год (кварталы)				3 год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	
Объем продаж в натуральном выражении	154	310	364	93	240	248	90	300	470	205	434	318	911	755	1118	1053	3837
Цена за ед. продукции	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Выручка от реализации	4620	9300	10920	2790	7200	7440	2700	9000	14100	6150	13020	9540	27330	22650	33540	31590	115110

Рыночная доля фирмы	12	26	26	9	20	20	9	26	27	27	18	26	31	30	37	35	37
---------------------	----	----	----	---	----	----	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Таблица 2 – Прогноз объема продаж оказания услуги "Консультации по подбору ткани, фурнитуры"

В рублях

	1 год (месяцы)												2 год (кварталы)				3 год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Объем продаж, ед. услуг	60	186	206	58	196	120	30	150	240	97	222	166	497	486	546	534	2063
Цена за ед. продукции	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Выручка от реализации	2400	7440	8240	2320	7840	4800	1200	6000	9600	3880	8880	6640	19880	19440	21840	21360	82520

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

БАЛАНС ДОХОДОВ И РАСХОДОВ РЕАЛИЗАЦИИ УСЛУГ ЧП "МОДЕЛЬЕР"

Таблица 1 – Расчет баланса доходов и расходов реализации услуги "Консультирование по созданию эскиза модели"

В рублях

	1 год (месяцы)												2 год (кварталы)				3 год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	
Объем																	

Выручка от реализации	2400	7440	8240	2320	7840	4800	1200	6000	9600	3880	8880	6640	19880	19440	21840	21360	82520
Расходы	4531	5002	5035	4322	4994	4579	4206	4853	5176	4559	5090	4869	14428	12670	12274	12672	52117
в том числе																	
постоянные	4282	4232	4182	4082	4182	4082	4082	4232	4182	4157	4232	4182	12287	10612	10262	10412	43571
переменные	248	770	853	240	811	497	124	621	994	402	858	687	2141	2058	2013	2260	8546
Баланс	-2159	2350	3371	-2211	2838	-235	-3122	1006	5021	-326	4027	1464	5452	6770	9566	8688	30403

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

ГРАФИК ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ ЧП "МОДЕЛЬЕР"

Таблица 1 – График движения денежных средств реализации услуг ЧП "Модельер"

В рублях

денежные средства	1 год (месяцы)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
остаток на счете	0	-1297	5655	14996	11344	16717	19799	15055	20425	34069	34924	46837
сумма от продаж	7020	16740	19160	5110	15040	12240	3900	15000	23700	10030	21900	16180
Итого поступлений	7020	15443	24815	20106	26384	28957	23699	30055	44125	44099	56824	63017
Расходы												
Закупка материалов	740	1402	1533	677	1380	1073	558	1244	1770	939	1601	1326
в том числе												
ГСМ	248	770	853	240	811	497	124	621	994	402	858	687
бумага	139	279	328	84	216	223	81	270	423	185	391	286

аренда	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	4500	4500	4500	4500	18000
амортизационные отчисления	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	115	346	346	346	346	1386
затраты на рекламу	300	250	200	100	200	100	100	250	200	175	250	200	750	400	550	625	2325
плата за кредит	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	0	0	0	0	0
заработная плата	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	2100	2100	2100	2100	8400
Журнал	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	750	750	750	750	3000
ЕНВД	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	1440	1440	1440	1440	5760

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Переменные издержки	217	357	406	162	294	301	159	348	501	263	469	364	1843	1703	2029	1970	7701
в том числе:																	
Материальные затраты	217	357	406	162	294	301	159	348	501	263	469	364	1843	1703	2029	1970	7701
в том числе:																	
бумага	139	279	328	84	216	223	81	270	423	185	391	286	820	680	1006	947	3453
ручка гелевая	76	78	78	76	78	78	80	78	80	78	80	76	232	228	253	234	1248
Итого затрат	3645	3736	3734	3391	3623	3530	3388	3727	3830	3566	3847	3693	11729	11239	11716	11732	46572

Таблица 2 – Расчет себестоимости реализации услуги "Консультация по подбору ткани, фурнитуры"

В рублях

	1 год (месяцы)												2 год (кварталы)				3 год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	I	II	III	IV	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Постоянные затраты	4282	4232	4182	4082	4182	4082	4082	4232	4182	4157	4232	4182	10612	10262	10412	12287	43571
в том числе:																	
аренда	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	4500	4500	4500	4500	18000
амортизация отчисл-я.	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	1244	3622	3622	3622	3622	14486

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
затраты на рекламу	300	250	200	100	200	100	100	250	200	175	250	200	750	400	550	625	2325
плата за кредит	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	58	0	0	0	0	0
заработная плата	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	2100	2100	2100	2100	8400
Журнал	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	275	750	750	750	750	3000
ЕНВД	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480	1440	1440	1440	1440	5760
Переменные издержки	248	770	853	240	811	497	124	621	994	402	858	687	2058	2013	2260	2141	8546
в том числе:																	
бензин АИ 92	248	770	853	240	811	497	124	621	994	402	858	687	2058	2013	2260	2141	8546

Итого заграт	4531	5002	5035	4322	4994	4579	4206	4853	5176	4559	5090	4869	12670	12274	12672	14428	52117
-----------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------