

Введение

Переход экономики на рыночные отношения сформировал новые требования к планированию в организациях. Теперь основным плановым документом организации является бизнес-план, позволяющий четко обозначить цели развития фирмы, методы, средства и способы их достижения на ближайшую и отдаленную перспективу с учетом изменяющейся конъюнктуры рынка.

Каждый предприниматель должен не только ясно представлять себе потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах и источники их получения, но и уметь четко рассчитать эффективность использования этих ресурсов в процессе производственно-хозяйственной деятельности.

Невозможно добиться стабильного успеха в бизнесе без четкого планирования своей деятельности, постоянного сбора и анализа информации о состоянии рынка, положении на нем конкурентов, о собственных перспективах и возможностях.

В первую очередь успех любого бизнеса зависит от того, насколько удачно выбрана сфера деятельности, правильно оценена рыночная конъюнктура, выбрана стратегия и разработана тактика ее реализации.

Именно бизнес-план дает обоснованную, целостную, системную оценку перспектив развития фирмы. Дает спланировать и спрогнозировать ее деятельность на ближайший период и перспективу.

Данная курсовая работа имеет своей целью получения навыков по составлению бизнес-плана предприятия, используя при этом методы обработки, анализа и представления коммерческой организации.

Раздел 1. Резюме

С каждым годом в нашей стране увеличивается число частных автомобилей. Машины различных марок заполняют улицы и платные автостоянки. Практически каждому автолюбителю требуется поменять покрышки, заменить колодки, сделать балансировку колес. С увеличением числа машин растет соответственно и потребность в их ремонте и обслуживании.

Шиномонтаж и балансировка колес - одни из наиболее доходных и востребованных направлений на рынке автомобильного сервиса. К тому же довольно «низкий» старт – крупных капиталовложений здесь не требуется - делает бизнес все более распространенным.

Шиномонтажных мастерских в нашей стране открылось великое множество, но все равно их не хватает. В сезон массовой «переобувки», весной или осенью, не редкость увидеть то, отчего мы, кажется, отвыкли – очередь в шиномонтажную мастерскую. Стоит отметить, что в другое время года работники мастерских без дела не сидят. В самом деле, парк машин непрерывно растет, и «обувки» требуется все больше и больше, что говорит о перспективности этого бизнеса. В этом направлении легкого обогащения мы не ждем, но стабильной прибыли (пусть небольшой) предвидим.

Нельзя забывать, что предпринимательство – это работа и всегда риск, но в наших силах его уменьшить: точно и всесторонне обосновав свои требования к выбору оборудования и выделив ту группу клиентов, на обслуживании которых мы будем ориентироваться.

Основной фактор привлечения клиентов – это, во-первых, качество обслуживания, который включает в себя современную технологию, материалы, оборудование и высокую квалификацию персонала. Так как по-настоящему качественный ремонт способны выполнить очень немногие.

Следующий фактор – безопасность эксплуатации отремонтированного колеса.

Позиционируем в будущем возможность предоставления широкого спектра услуг и максимизация отношения цена - качества, при наличии гибких систем скидок.

Говоря о затратах, нельзя не сказать об окупаемости. Установлено, что срок окупаемости простого шиномонтажного участка, стоимостью около 5000 долларов – не менее 1,5-2 лет, а участок, оборудованный «по полной программе», окупается за 6-8 месяцев. Далее чистая прибыль.

Для большего наплыва клиентов шиномонтажную мастерскую мы сделаем универсальной - т.е. оборудованной и под отечественные, и под импортные авто. Тем более что спрос на такие услуги будет всегда большой.

Шиномонтажная мастерская под планируемым условным наименованием ИП Карпов должна будет предоставлять следующие услуги: снятие/установка колеса, демонтаж шины с диска, монтаж и балансировка колес, а также холодный и горячий ремонт автошин и камер.

Так как в нашем небольшом городе нет специализированных центров, станций авторизованных дилеров – потребитель, не взирая на доходы, будет пользоваться услугами, которые находятся в черте города. Но, естественно, свою машину он будет доверять проверенной шиномонтажной мастерской. Тем более что зачастую на практике качество услуг специализированных центров почти ничем не отличается от услуг, оказываемых обычными мастерскими. Но цены там гораздо выше.

Помещение, в котором предполагается сделать шиномонтаж, находится в собственности владельца предполагаемого бизнеса. Представляет собой гараж, высота потолка не менее 3 метров, размер 12м*6м, имеется прилегающая комната размером 3м*6м.

Если говорить о месте нахождения, то оно достаточно удачное: находится в гаражном кооперативе, рядом с трассой «Москва - Нижний Новгород», где проходит огромный поток транспорта.

Главное наше отличие от конкурентов – качество работы и доступные цены. Поэтому для предоставления услуг требуются квалифицированные

кадры. Штат нашей фирмы состоит из 4 человек. Так как мы собираемся начать свое дело с открытия небольшой мастерской, то с обслуживанием вполне могут справиться два человека.

Подбор персонала осуществляется с учетом следующих требований:

1. Наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности.

2. Наличие опыта работы в данной сфере.

Персонал должен быстро справляться с поставленным перед ним задачами. Так, чтобы каждый клиент уходил довольным.

Команда управленцев подобрана таким образом, что все они являются профессионалами своего дела и удовлетворяют всем требованиям, связанным с ведением бизнеса на территории России.

Поэтому главной стратегией управления нашей фирмы является концентрация всех финансов у одного человека, соблюдение строгой отчетности, строгий финансовый контроль.

Для покупки основных средств и для покрытия отрицательного кэш-фло (дефицита денежных средств) создается собственный уставной капитал, который формируется из вноса учредителя. Но данный капитал не покрывает всех расходов. Поэтому возникает необходимость в банковских кредитах. Для нашей мастерской покрытие дефицита денежных средств определяется следующей пропорцией: 40 % банковского кредита и 60% уставного капитала от максимального дефицита.

В составленном бизнес-плане рассмотрены вопросы открытия бизнеса с нуля, проведен анализ рынка и посчитаны основные финансовые показатели бизнес-плана.

Цель бизнес-плана: получение краткосрочных банковских кредитов, которые будут потрачены только на закупку основных средств.

Указанный кредит необходим для финансирования затрат по открытию шиномонтажной мастерской.

Фирма готова погасить кредит и выплатить по нему проценты в течение двух лет с момента его получения.

По требованию инвесторов предприятие готово предоставить любую дополнительную информацию, необходимую для выдачи кредита.

Таблица 1. - Затраты на открытие шиномонтажа и расчет окупаемости

Затраты на открытие	Стоимость, руб.
Станок шиномонтажныйporberg (автомат с взрывом с 3 рукой)	70000
Балансировочный станок SIVIK GALAXY	119000
Компрессор АВАС	35000
Домкраты (1 шт.)	16200
Гайковерты (2 шт.)	11000
Пневмошарожка	1500
Верстак металлический (2 шт)	25000
Бортрасширитель	2000
Вулканизатор	24000
Комплект инструментов	10000
Шланги + фильтр-лубликант	5000
Аппарат кассовый	15000
Вывеска	25000
Ванна для проверки	4950
Доставка, монтаж, подключение	30000
Стартовый комплект расходников	25000
ИТОГО	418650

Таблица 2

ОБЩАЯ ВЫРУЧКА ЗА ГОД, руб.	1758000
Расходы на содержание, в год	Стоимость, руб.
Налоги, 6%	105480
ЗП, в размере 30% от выручки	527400
Расходные материалы, в размере 10% от выручки	175800
Сезонный рабочий ежедневно, крутить колеса (1 чел. на 3 мес. в году по 20 т.р)	60000
Электричество (5 т р в мес)	60000
Аренда земли (7 т р в мес)	84000

Прочие расходы (касса, бухгалтерия, подношения, мелкий ремонт/сервис оборудования - 10 т р в мес)	120000
Охрана милиции (3 т р в мес)	36000
ИТОГО	1168680
Плановая чистая прибыль в год, руб.	589320
Плановая чистая прибыль в месяц (средняя), руб.	49110
Плановый срок окупаемости, мес.	16,27

На основе детально проработанных планов деятельности организации установлено, что необходимо осуществить инвестиции в размере 167460.00 руб.

Полученные деньги будут использованы:

1. На подготовку и содержание площадей и складских помещений
2. на закупку оборудования, товара и необходимых вспомогательных материалов
3. на заработную плату сотрудников предприятия
4. на прочие расходы.

Грамотно построенный бизнес способен приносить доход не в далеком будущем, а в ближайшее время. К тому же, шиномонтажная мастерская может стать началом серьезной авторемонтной мастерской.

Раздел 2. Общие сведения о предприятии

Шиномонтажная мастерская – это небольшое строение недалеко от дороги, предназначенное для ремонта автомобильных, мотоциклетных и велосипедных камер, покрышек, балансировки колёс, замены колодок и прочих околоколёсных автомобильных услуг.

Данное предприятие планируется организовать без образования юридического лица в виде Индивидуального предпринимателя. Именно такой вид правовой формы будет самым оптимальным для нашей

организации. Так как конечными пользователями услуг будут частные лица. Это стоило нам примерно \$800.

Он имеет следующий ряд преимуществ:

1. может быть основан при малом капитале;
2. гарантирует непрерывность управлением предприятия;
3. затраты на учреждение и управление ниже, чем при других правовых формах.

В этом случае несет ответственность по всем обязательствам сам ИП. Т.е. в результате банкротства ответственность будет возлагаться на него. По своей форме данная организация относится к мелким предприятиям, так как в нем задействовано не более 50 человек.

Цель устава – максимальное получение прибыли, поэтому предприятие является коммерческим.

Во главе данного предприятия находится генеральный директор.

Месторасположение предприятия.

Мастерская шиномонтажа планируется организовать в центральном округе в городе Вязники. Общая площадь занимаемого помещения составляет 20 кв. м.

Помещение, в котором будет производиться шиномонтаж, является собственностью ИП, ремонта не требует, так как здание - новое. Помещение соответствует всем требованиям техники пожарной безопасности и санитарно-гигиеническим требованиям. Данное помещение расположено в районе города, рядом с трассой М-6, недалеко от АЗС в гаражном кооперативе.

Данное обстоятельство позволяет снизить расходы, а именно расходы на аренду не будут иметь место. Отсюда, 400-500\$ в месяц получается экономия.

Состояние и проблемы предприятия.

Создание организации начинается с нулевой отметки, т.е. учредитель формирует уставный капитал из собственных средств и регистрируются как ИП, но при этом существует опыт создания аналогичных проектов.

Единственное время года, когда доходы в этом бизнесе снижаются – зима.

В начальный период деятельности предприятие не имеет своих собственных основных средств. Поэтому первоочередная задача – это закупка основных средств для осуществления услуг шиномонтажа.

Раздел 3. Маркетинговый план

Маркетинг - это комплексная система организации производства, сбыта продукции, оказания услуг, ориентированная на удовлетворение спроса конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ. В маркетинговые программы входят мероприятия:

- по изучению покупателя;
- по изучению конкурентов;
- ценовая политика;
- формирование спроса;
- стимулирование сбыта и реклама;
- определение каналов сбыта;
- организация сервиса.

Главной стратегией управления нашей фирмы является концентрация всех финансов у одного человека, соблюдение строгой отчетности, строгий финансовый контроль.

Основной маркетинговой стратегией является индивидуальная работа с клиентом, ведение недорогой, но интенсивной рекламной работы, где позиционироваться будет возможность предоставления широкого спектра

услуг и максимизация отношения цена-качество, при наличии гибких систем скидок.

Маркетинг как порождение рыночной экономики является в определенном смысле философией производства, полностью подчиненной условиям и требованиям рынка, находящегося в постоянном динамическом развитии.

Основой современной концепции маркетинга является изучение рынка.

Общее описание рынка:

1. Главной целью является наработка постоянной базы клиентов и привлечение автотранспорта предприятий.(такси)
2. данный бизнес направлен на удовлетворение уже существующего спроса
3. в данный момент объем рынка, учитывая скромные размеры нашего предприятия, практически не ограничен, существует дисбаланс спроса над предложением, учитывая интенсивность развития автопарка города, четко прослеживается тенденция роста данного сегмента рынка.
4. предоставляемые нами услуги для клиента является неотъемлемой частью расходов при наличии автомобиля.

Перспективы рынка огромны, прежде всего, за счет количества машин и тенденции к развитию культуры обслуживания личного автотранспорта. Развитие инфраструктуры приводит к тому, что все меньше водителей предпочитают возиться со своей машиной лично и все чаще обращаются в специализированные фирмы. Это касается не только ремонта, но и текущего обслуживания автомобиля.

В итоге, оценивая данный сегмент рынка, можно с большей долей уверенности прогнозировать весьма значительное его увеличение в ближайшем будущем.

Потенциальные клиенты.

Одним из основных вопросов экономики является вопрос: «Кто будет пользоваться данным продуктом?» В нашем случае услугой. И на этот

вопрос, касающийся распределения услуг, рыночная система отвечает так: любой рыночный продукт распределяется между потребителями на основе их желания и способности заплатить за него существующую рыночную цену. Ключевую роль в формировании структуры расходов потребителей играют цены на продукт и их необходимость, значимость

Мы уделили немалое время для изучения этого вопроса, так как от степени его решения зависит настоящее и будущее нашего проекта. На стадии становления фирмы планируем, что нашим клиентом будет являться автовладелец, который живет в смежных с нашим районом, плюс случайный клиент, а также клиент, который ценит высокое качество и для его получения готов на некие временные затраты. А также клиент, проживающий в близ лежащих районах. Наш основной клиент в среднем производит 2 переобувки, 1 ремонт колеса в год с каждой машины.

В основном цена является основным фактором привлечения клиента, максимальная допустимая наша цена должна быть средней по городу. Средней рыночной ценой считается от 100 до 300 рублей за стандартный размер колеса, то есть та сумма денег которую морально готов потратить клиент.

Имеем ввиду, что впечатления у клиента о качестве оказываемых услуг зависит от быстроты обслуживания, и то на чем это обслуживание производится.

При этом мы готовы предложить широкий спектр услуг в области своей деятельности.

Конкурентоспособность

Шиномонтажный бизнес востребован везде, так как количество автолюбителей с каждым годом только увеличивается. Трудно определить даже примерное количество шиномонтажных мастерских в нашей стране. Три года назад этот вид деятельности еще подлежал лицензированию, поэтому вести статистику государственным органам было проще простого.

После того, как лицензирование было отменено мастерские стали расти, как грибы.

По самым грубым подсчетам, их сейчас в нашей стране около 20-30 тысяч. Все они разные: по масштабу деятельности, экономическим показателям и т.д. Поэтому и конкуренция на этом рынке немаленькая. Такие мастерские сейчас на каждом углу.

Если брать во внимание районный принцип, то в нашем районе достаточная конкуренция, около 15 шиномонтажей, из них 4-5 такого же уровня или чуть получше в плане материальной базы.

Можно сказать, что все работают, используя примерно одинаковые материалы, давая примерно одинаковые гарантии качества. Надо учитывать, что у мелких фирм обычно низкая цена, но при этом и материал, который они используют для ремонта более низкого качества.

Если реально брать во внимания конкурентов, имеющих примерно такие возможности, как и мы, то их 5 в двух ближайших районах, с ними мы намерены конкурировать путем больших дисконтов постоянным клиентам и предоставлением реально качественного обслуживания.

В данный момент на рынке прослеживается нехватка предложений (учитывая сезонность спроса). Мы будем в основном ориентироваться на новые российские машины и поддержанные иномарки, заинтересованных в качественном ремонте и обслуживании по среднерыночным ценам. Это только формирующийся, но интенсивно растущий вид клиентов, в основном связанный с новой философией и культурой обслуживания и желания обслужить автомобиль.

Конкуренция оценивается как средняя, в нашем районе их не так много, как в других. Мы будем предоставлять достойное соотношение цены и качества.

Основной сильной стороной будет являться, как сказано было ранее, качество предоставляемой услуги, ее широкий перечень и гибкая система скидок для постоянных клиентов. Из слабых сторон можно выделить:

начальный этап становления организации, конкуренция, сезонность потребности в предоставляемых нами услугах.

Фирмой предполагается закупить иностранное оборудование, достойное для хорошего обслуживания клиентов: шиномонтажные и балансировочные станки, другое оборудование и аксессуары; использовать современные технологии: мелкий ремонт необходимо осуществлять по современным «холодным» технологиям. Так как устаревшие технологии не позволяют добиться такой надежности.

Ценовая политика.

На первых этапах развития данного бизнеса предполагается использовать следующую политику вхождения в рынок:

1. Уровень цены должен быть не выше среднего
2. Цена с учетом проведения маркетинговых мероприятий, может быть не меньше от 5 до 30 процентов.
3. Уровень цен у конкурентов(которые имеют структуру и предоставляют услуги соответственно нашим) выше, мелкие шиномонтажки имеют цену чуть ниже нашей предполагаемой цены. Будем бороться с конкурентами путем предоставления скидок постоянным клиентам.
4. Раз в квартал предполагается пересчет ценообразования, будет выбираться дальнейшая ценовая политика.
5. Предполагается существование гибкой системы скидок, которая будет направлена на привлечение и удержание постоянных клиентов.
6. Политика дифференциации цен – не превышения среднерыночной цены.
7. Применяться будут все виды оплаты.

Сочетание таких факторов как разумная цена, высокое качество оказания услуг, быстрые сроки исполнения заказов не оставят практически никаких шансов конкурентам. Прайс на оказываемые услуги помещен в приложении.

Стратегический маркетинг.

Решающие факторы успеха:

- Временной фактор (открытия за 1-2 месяца до начала зимнего сезона)
- Наличие только качественного ремонта и квалифицированного персонала
- Наличие продуманной системы скидок
- Постоянное отслеживание цен конкурентов, наличие возможности понижения цены
- Активный поиск клиентов

Стратегические приоритеты:

- Расширение ассортимента услуг
- Расширение бизнеса(например, открытие аналогичного проекта под одинаковым торговым знаком)
- Привлечение минимум трех корпоративных клиентов
- Выход на 24 часовой режим работы
- Рост заработной платы в зависимости от роста объемов оказываемых услуг.

Сильные стороны нашего предприятия:

- Цена ниже, чем у конкурентов по структуре схожими с нами
- Качественное обслуживание (периодическое повышение квалификации персонала)
- индивидуальный подход к клиенту
- развитие системы скидок для клиентов
- возможность обслуживания 2 машин одновременно(улица, помещение)
- Хорошая техническая база

Слабые стороны:

1. Отсутствие услуги правки дисков (считаем не безопасным)
2. Не самая низкая цена на рынке (но предоставляем скидки постоянным клиентам)

3. количественно большая конкуренция.
4. Не имеем в наличии комплекса дополнительных услуг (магазин)

Основными целями при создании подобного рода бизнеса, безусловно, являются цели получения высокого уровня прибылей, увеличение показателей объемов оказанных услуг и завоевания доверия клиентов.

Основная финансовая цель – наиболее полное удовлетворение существующего спроса на данный вид деятельности.

Т.е. главной целью нашей фирмы можно считать предоставление людям качественных услуг шиномонтажа.

Предоставление потребителю возможности максимально широкого выбора - наша первоочередная задача. Став однажды нашим клиентом, заказчик не должен искать других исполнителей. Квалифицированное и быстрое обслуживание преобразуются и проявляются в поддержке делового постоянного сотрудничества с заказчиками.

Постепенно мы надеемся на формирование своего круга постоянных клиентов.

Для завоевания нового рынка фирме необходимо провести рекламную кампанию.

Реклама.

Важной частью маркетинговых мероприятий является реклама. Из определения рекламы, приведенного в книге Ч. Сэндиджа, самого серьезного и обстоятельного исследования о рекламе, следует, что реклама - это увещевание, и увещевание производится специалистами и мастерами психологического воздействия через мощную сеть коммуникаций. Не всегда оно производится в интересах потребителя, не всегда в деле рекламы присутствует социальная ответственность.

Итак, реклама – это форма массового увещевания, которое переводит качество товаров и услуг на язык нужд и запросов потребителей. Полезные стороны рекламы:

- реклама способствует распространению нового товара (услуг).

□ реклама, создавая массовый спрос, способствует созданию массового производства, а, следовательно, удешевляет цены. Недостаточная реклама может загубить вполне хорошее дело.

□ реклама позволяет получить необходимую информацию потребителям из журналов, газет, из передач радио и телевидения.

Помимо рекламы большую роль играет поддержание благоприятных отношений с общественностью - это освещение деятельности компании и ее услуг в прессе и создание благоприятных условий для положительных отзывов об услугах компании в газете, на телевидении.

Нам, как новичкам рекламу надо давать везде, но при этом нужно учитывать, что цены на этом рынке самые разные. И стоит это будет денег. Только на газету "Из рук в руки" в месяц будет уходить от 12 тыс. рублей. Раскладной штендер у дороги можно купить за 80 евро. Кстати яркое название в этом бизнесе совсем не важно.

Но главное, это личные контакты с потребителями нашей продукции, как уже имеющиеся, так и те, которые предстоит наработать.

Раздел 4: Описание товара (услуги)

Шиномонтажная мастерская планирует предоставлять следующие услуги: снятие/установка колеса, демонтаж шины с диска, монтаж и балансировка колес, а также холодный и горячий ремонт автошин.

Основные характеристики включают в себя:

1. предоставляемые услуги должны качественно отличаться в лучшую сторону от большинства конкурентов, путем привлечения высококвалифицированного персонала или его обучения, ценовой сегмент средний или чуть ниже конкурентов;
2. приоритетной задачей всегда будет являться достижения максимального оптимума между ценой и качеством;

3. негативные характеристики бизнеса, большое количество конкурентов, не известность бренда

Раздел 5: Инвестиционный план

Инвестиционный план предназначен для составления календарного графика работ (проекта) с указанием отдельных этапов, необходимых финансовых ресурсов для выполнения этих этапов, установления взаимосвязей между этапами, формирования активов предприятия (проекта), описания способов и сроков амортизации созданных активов.

Таблица 3. Список этапов.

Название	Длительность	Дата начала	Дата окончания
Регистрация	7 дня	03.09.2009	10.09.2009
Маркетинг	4 дня	10.09.2009	14.09.2009
Разработка проекта	10 дней	14.09.2009	24.09.2009
Приобретение основных средств	5 дня	24.09.2009	28.09.2009
Приобретение других активов	2 дня	28.09.2009	30.09.2009

Раздел 6. План по персоналу

Кадры или трудовые ресурсы - представляют собой совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав. Это очень важный ресурс каждого предприятия, от качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность. Все работники предприятия в зависимости от отношения к производственным процессам подразделяются на 2 группы: производственный персонал и руководящий. На предприятии к

производственному персоналу относятся 2 работника, к управляющему – бухгалтер и директор.

Организационная структура представлена следующим образом:

- Директор;
- Мастер (2 человека)
- бухгалтер (приходящий).

Заработная плата – это вознаграждение, которое получает работник предприятия в зависимости от количества и качества затраченного им труда и результатов деятельности всего коллектива предприятия. Она является важным стимулом для работников предприятия, поскольку выполняет воспроизводственную и стимулирующую (мотивационную) функции. Существуют две формы оплаты труда – «сдельная» и «повременная». На предприятии для производственного персонала используется простая повременная оплата труда с учетом часовых тарифных ставок. Для оплаты труда директора и бухгалтера используется штатно-окладная система оплаты труда, так как их рабочий день ненормируемый.

Ниже приведен примерный расчет заработной платы работникам за месяц

Таблица 4

№	должность	Количество человек	з/п
1	Генеральный директор	1	16000
2	Бухгалтер	1	8000
3	Мастер	2	10000*2=20000

Итого: 44 000 руб./мес.

Должностные инструкции работников.

Директор - является материально-ответственным лицом, он действует от имени предприятия, представляет его интересы во всех предприятиях различных форм собственности.

Руководство деятельностью предприятия ведёт генеральный директор, а именно сам учредитель. Он несёт материальную и административную ответственность за достоверность данных статистического и бухгалтерского учётов.

Директор предприятия в соответствии с трудовым законодательством издаёт приказы и распоряжения, осуществляет прием и увольнение граждан, привлекаемых к участию в трудовой деятельности, применяет к ним поощрения и взыскания.

Образование - высшее, опыт работы в данной области – 2 года.

Бухгалтер - является материально-ответственным лицом, следит за работой и правильным ведением документации. Бухгалтер должен организовать и осуществлять бухгалтерский учет, проверять достоверность получаемой информации, контролировать соблюдение законности при расходовании денежных и материальных ресурсов. Образование - высшее, опыт работы в данной области – 2 года.

Мастер - непосредственно выполняет работу, связанные со специализацией организации, производственный рабочий, непосредственно обслуживает все этапы данного процесса. Образование - среднее техническое.

Раздел 7. Финансовый план

Финансовый план предназначен для формирования такого объема капитала, при котором ни в один период времени значения сальдо расчетного счета не имеет отрицательного значения. При этом необходимо придерживаться основного принципа: капитал должен быть привлечен только в тот период времени, когда это действительно необходимо.

Собственный капитал.

Таблица 5. Уставной капитал

Участник	Дата	Сумма (руб)
ИП Карпов	01.09.2009	251190

Наши затраты будут складываться:

Таблица 6

Затраты на открытие шиномонтажа	Стоимость, руб.
Станок шиномонтажныйporberg (автомат с взрывом с 3 рукой)	70000
Балансировочный станок SIVIK GALAXY	119000
Компрессор АВАС	35000
Домкраты (1 шт.)	16200
Гайковерты (2 шт.)	11000
Пневмошарожка	1500
Верстак металлический (2 шт)	25000
Борторасширитель	2000
Вулканизатор	24000
Комплект инструментов	10000
Шланги + фильтр-лубрикант	5000
Аппарат кассовый	15000
Вывеска	25000
Ванна для проверки	4950
Доставка, монтаж, подключение	30000
Стартовый комплект расходников	25000
ИТОГО	418650

Таблица 7

Примерный расчет доходности в НЕ сезон (10 мес. в году)

Вид работы	Стоимость работ (средняя), руб.	Кол-во, в день	В месяц	ИТОГО
Ремонт камеры	100	0,5	1500	80400
Ремонт бескамерной шины жгутом	100	2	6000	
Ремонт бескамерной шины грибком	250	2	15000	
Балансировка	80	6	14400	
Ремонт пореза/пробоя	300	1	9000	

Монтаж-демонтаж колеса	100	6	18000
Снятие-установка колеса	50	6	9000
Продажа камер (прибыль с 1 шт.)	50	1	1500
Подкачка, вентили, пакеты и пр.	20	10	6000

Таблица 8

Примерный расчет доходности В сезон (2 мес. в году)

Вид работы	Стоимость работ (средняя), руб.	Кол-во, в день	В месяц	ИТОГО
Переобувка с установкой нового комплекта шины+диски	1100	3	99000	477000
Переобувка со сменой шин на дисках	1400	9	378000	

Таблица 9

ОБЩАЯ ВЫРУЧКА ЗА ГОД, руб.	1758000
Расходы на содержание, в год	Стоимость, руб.
Налоги, 6%	105480
ЗП, в размере 30% от выручки	527400
Расходные материалы, в размере 10% от выручки	175800
Сезонный рабочий ежедневно, крутить колеса (1 чел. на 3 мес. в году по 20 т.р)	60000
Электричество (5 т р в мес)	60000
Аренда земли (7 т р в мес)	84000
Прочие расходы (касса, бухгалтерия, подношения, мелкий ремонт/сервис оборудования - 10 т р в мес)	120000
Охрана милиции (3 т р в мес)	36000
ИТОГО	1168680
Плановая чистая прибыль в год, руб.	589320
Плановая чистая прибыль в месяц (средняя), руб.	49110
Плановый срок окупаемости, мес.	16,27

Данные таблицы показывают, что этот бизнес является стабильным вложением капитала и имеет хорошие перспективы роста. Как и у многих других предприятий, здесь решающим фактором станет место расположение мастерской, маркетинг и персонал.

Раздел 8. Анализ рисков

Выбранная сфера бизнеса относится к частично освоенной области предпринимательства. Поэтому степень риска, связанную с неудачей, мы относим к среднему уровню.

Виды риска, которым подвержена наша деятельность и мероприятия по их устранению:

1. *Нарушения в работе оборудования* - при небольшой поломке неполадка сразу же устраняется, а в случае невозможности наладки фирма использует резерв денежных средств, созданный специально для приобретения оборудования в таких случаях.

2. *Появление дополнительных конкурентов* — в этом случае мы усилим рекламу наших услуг, заострив внимание потребителей на качестве нашего обслуживания.

6. *Пожар, хищение* - на этот случай мы примем меры по пожарной безопасности помещения и поставим помещение на сигнализацию

7. *Изменение спроса* - усилим маркетинговые исследования, будем искать новую долю рынка.

Заключение

Шиномонтажные мастерские у автовладельцев сейчас на особом счету не только потому, что пользуются популярностью, но и потому, что действительно хороших, удобных, профессиональных шиномонтажных мастерских действительно мало. Открытие шиномонтажа, качественного и хорошего, это прибыльное дело, ведь каждому автовладельцу рано или поздно, понадобится помощь данного заведения.

Столь распространенные услуги как шиномонтаж и балансировка колес считаются приоритетным направлением при организации автомобильного бизнеса и самым актуальным – для владельцев автомобилей. Открытие шиномонтажа – это способ оставаться на плаву, ведь при минимальных затратах открытие шиномонтажа ассоциируется с получением большой прибыли.

Несмотря на то, что открытие шиномонтажа – одно из легких дел, оно также насыщено своими проблемами и чревато потерями. Вот почему бизнес план необходим, он в первую очередь обезопасит предпринимателя от принятия неправильных решений.

Бизнес план шиномонтажной мастерской показывает, что этот бизнес является стабильным вложением капитала и имеет хорошие перспективы роста. Как и у многих других предприятий, здесь решающим фактором станет место расположение мастерской, маркетинг и персонал.

Кроме того, этот бизнес можно расширять количеством. Ни что не мешает сделать сеть шиномонтажных мастерских, которые уже будет проще рекламировать. Со временем, если качество услуг будет отличным, если будет свой фирменный стиль, то можно построить маленький бренд. Тем самым вытесняя конкурентов с единичными шиномонтажными мастерскими.

Грамотно построенный бизнес способен приносить доход не в далеком будущем, а в ближайшее время.

В данной курсовой работе мною был разработан и представлен бизнес-план шиномонтажной мастерской, тем самым я получила необходимые навыки по поиску коммерческой информации, использованию методов обработки, анализа и представления информации.

Работа изложена на 28 страницах машинописного текста, содержит 9 таблиц, 1 приложение. Список использованной литературы содержит 8 наименований.

Список литературы

1. Аникеев С.А. Методика разработки плана маркетинга. Сер. Практика маркетинга М.: Форум, Информ-Студио, 2002, стр. 45-65.
2. Горохов Н.Ю., Малеев В.В. Бизнес планирование и инвестиционный анализ. М.: Информационно-издательский дом Филинь, 1998, стр. 45-74.
3. Грибалев Н.П., Игнотов И.П. Бизнес-план. Практическое указание по составлению Спб.: Белл, 2002, стр. 98-104.
4. Ковалев В.В. Анализ финансового состояния, банкротство. Спб.: Проспект, 2007, стр. 32-75.
5. Макеев С.А.: Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учеб. пособие.-М.: Инфра-М, 2007, стр. 185-200.
6. Маниловский Р.Г.: Бизнес-план. Методические материалы - М.: Финансы и статистика, 2001г, стр. 75-105.
7. Пелих А.С. Бизнес-план.М.: Ось-89, 2001, стр. 115-124.
8. Удалова И.Б, Удалова Н.М.: Бизнес-План. Учебно-методическое пособие по выполнению курсовой работы – Нижний Новгород: НФ УРАО, 2006г.- 79стр.