

**КОНКУРС БИЗНЕС-ПЛАНОВ
«БУДЬ ПРЕДПРИИМЧИВЫМ»**



Выбрать нужное

Команда / Название ШК или СК: «Бизнес дети»

Возраст участников: 17-18 лет Количество участников: 2

Образовательное учреждение: Омутнинский колледж педагогики экономики и права

Город: Омутнинск

Учитель: Русских Елена Станиславовна

Члены команды:

Имена и фамилии

1. Анастасия Шуклина

2. Константин Торопов

Контактное лицо команды:

Русских Елена Станиславовна

E-mail:

elenaomut@mail.ru

Мобильный телефон:

8-963-552-10-22

Для школьных/студенческих компаний

Величина уставного капитала (количество акций x стоимость одной акции (рублей)): у нас ИП

Дата основания компании: 10.01.2021 г.

Планируемая дата ликвидации компании (реорганизация): 10.01.2026 г.



РАЗДЕЛ 1. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ (РЕЗЮМЕ)

1.1 Описание бизнес-идеи

Шуклина Анастасия

Умна, практична, вежлива и ответственна. В бизнесе играет роль инвестора, ИП, ответственной за ведение отчётности.

Торопов Константин

Инвестор, технический специалист. Коммуникабелен, отлично взаимодействует с клиентами и коллегами, организован и просто хороший парень.

Его функции - управление техникой и техническое обслуживание объекта, непосредственное сопровождение процесса услуги.

На рынке активно появляются магазины, кафе и даже салоны красоты на колесах. Но вот мобильные бани еще остаются в диковинку и только набирают популярность среди предпринимателей. В период пандемии мобильные бани дают возможность насладиться банными процедурами с наименьшими рисками. Наш бизнес будет направлен на жителей Омутнинского района, 50 % из которых проживают в частном секторе. Ниша на территории Омутнинского района все еще свободна, а конкуренция в сфере предоставления такого рода услуг низкая. При анализе рынка мы использовали 5 сил портера. В нашем бизнесе отсутствуют поставщики. Аналогичную продукцию осуществляют стационарные бани, местные сауны. Производителями замещающих продуктов являются: использование личной ванной комнаты, снятие загородного дома отдыха (лесничество).

Наш бизнес-проект - мобильная передвижная баня на колесах МОБиБИ. Это миниатюрная мобильная передвижная баня, установленная на прицепе.

Её преимущества:

- Объединение в себе популярного и любимого многими способа отдыха и удобного формата мобильной услуги.
- Предоставление услуг клиентам, у которых нет возможности посетить стационарную баню
- Комфорт, не идущий наперерез безопасности

У каждого вида бани есть свой целевой сегмент потребителей. Мы сегментируем потребителей по трем основным критериям: демографический признак (возраст, пол); стиль жизни; уровень дохода.

Исходя из данных, полученных в ходе формы гугл-опроса, целевой аудиторией нашего бизнеса являются мужчины 18 - 50 лет со средним уровнем дохода, с активной жизненной позицией, предпочитающий активный отдых в кругу семьи или друзей. При этом, баня также будет оборудована для проведения семейного отдыха с детьми. Баня может обслуживать компании рыбаков и охотников, загородные лагеря отдыха, отдыхающих в местах отдыха с отсутствием соответствующей инфраструктуры.

К основным услугам нашего бизнеса отнесём:

- Оздоровительные и расслабляющие банные процедуры
- Ароматерапия
- Ингаляция
- Лечебные фиточаи

А также:

- Выезд в удобное для клиента место

-Предварительное бронирование

-Аренда веников.

В дальнейшем планируется предоставление специальных услуг в виде массажа, пилинга и обертывания, что расширит круг заинтересованных клиентов и предоставит возможность создания дополнительных рабочих мест.

Опишем процедуру предоставления услуги:

1.Заказ услуги – предварительный звонок, уточнение времени и места получения услуги, возможность получения дополнительных услуг, цены, внесение предоплаты заказчиком.

2.Подготовка мобильной бани к выезду – дезинфекция, уборка, заправка баллона газом для каменки, бензином автомобиля, буксирующего платформу.

3.Транспортировка к месту заказа, установка и прогрев бани.

4.Оказание услуги – подготовленное, прогретое помещение предоставляется заказчику на оговоренное время.

5.Оплата оставшейся суммы заказа.

Для реализации проекта учредители намерены аккумулировать собственные средства в размере 50000 руб. и заемные в виде льготного займа от КОФПМСП МКК 230 000 руб. на 2 года под 2,125% годовых.

-Окупаемость вложенных средств – 4-12 месяцев.

-Стоимость использования бани -1600р./2 часа

-Вся наша деятельность не требует лицензий и сертификатов.

Также мы проанализировали свой бизнес-проект по модели Александра Остервальдера.

Мобильная баня – отличная идея для семейного отдыха и бизнеса!

1.2 Формулировка миссии/слоган

Банька на колесах «Мобиби». Мы дарим время на активный отдых с пользой для здоровья в удобном для вас месте.

1.3 Краткое описание продукции

Баня – это любимое многими место, исконно русская традиция. Баня – это не только место, где просто моются, это здравница, место для отдыха и приятного места препровождения. Для многих поход в баню является еженедельным ритуалом.

В настоящее время жители городов стараются проводить больше времени на природе, выбирать активный и оздоровительный отдых. Если деревенские жители, которые в большинстве своем имеют бани при собственных домовладениях, могут позволить себе это удовольствие, то городские жители в очень редких случаях. В период пандемии любители бани лишены возможности пользоваться услугами стационарных бань. И поэтому городские жители наверняка оценят идею. Она объединяет в себе популярный и любимый многими способ отдыха и удобный формат мобильной услуги. В итоге получается максимально комфортный, безопасный сервис. Поэтому бизнес-идея «Баня на колесах» очень удачно вписывается в сложившуюся ситуацию.

Баня на колесах это авто-прицеп со специальным оборудованием, установленным в кузове, где размещается парилка и предбанник. Это миниатюрная мобильная передвижная баня, которая может следовать за клиентом и легко менять локацию в поисках новых посетителей.

1.4 Рынок сбыта

Район деятельности Мобиби - город Омутнинск. Количество проживающих 21000 чел. 50% - частный сектор. В городе есть одна общественная баня на 26 помывочных мест, 2 сауны, 1 бассейн, что позволяет говорить о том, что рынок СПА — салонов, саун и бань пока еще далек от своего насыщения.

Опираясь на такой фактор, как частота посещаемости, которая в среднем по стране находится на уровне 10-20% от всего количества жителей (это те люди, кто хотя бы раз в неделю посещает общественную баню или сауну), можно рассчитать емкость рынка. Для небольшого города с населением 21 тысяча чел., расчетная емкость рынка от 100 до 200 человек каждую неделю.

В настоящее время в нашем районе нет подобных предложений выездной бани.

1.5 Потребности и источники финансирования, прогнозируемый объем продаж и выручки от продаж, размер будущей прибыли, сроки окупаемости и прибыльность вложений.

Общие инвестиции на открытие составляют 380 000 рублей. Самой крупной статьёй расходов является строительство мобильного банного комплекса — 250 000 рублей. Эти затраты включают в себя сам прицеп, внутреннюю отделку помещения и оборудование.

Для реализации проекта учредители намерены аккумулировать собственные средства в размере 50000 руб. и заемные в виде субсидии от Омутнинского фонда поддержки малого и среднего предпринимательства «Бизнес – Центр» 330 000 руб. на 2 года под 5,6% годовых. Гарантией возврата заемных средств является выручка от деятельности предприятия и имеющееся в организации оборудование

Сумма первоначальных инвестиций — **320 000** рублей

Ежемесячная прибыль — **128 000** рублей

Срок окупаемости — **3 -8** месяцев

Точка безубыточности — **2** месяца

Рентабельность продаж — **30%**

РАЗДЕЛ 2. КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОБ УЧАСТНИКЕ КОНКУРСА

2.1 Опыт предпринимательской деятельности/деятельности, связанной с выбранным продуктом/ участия в программах или тренингах/ проектах предпринимательского образования

Опыт предпринимательской деятельности отсутствует. Авторы бизнес-плана являются активными участниками проектов JA Russia, проекта Повышения финансовой грамотности на региональном и Российском уровне, участие в проекте WorldSkills в компетенции Предпринимательство.

2.2 Причины, побудившие участвовать в конкурсе, степень уверенности в успехе проекта, отношении к предпринимательской деятельности в качестве профессионального выбора

Причины участия в конкурсе – интересные идеи, отличный коллектив единомышленников среди сокурсников и педагогов, общение с участниками проекта предыдущих лет и их оптимистический настрой, желание понять принципы работы предпринимателя и попробовать самостоятельно разработать конкурентную идею бизнеса интересного потребителю и требующего «реальных» для молодых людей вложений, а так же знакомство с предпринимателями города и работой Бизнес центра.

После обсуждения идей проектов мы промониторили в wordstat статистику запросов на тему «мобильные бани», увидели, что их много, тема горячая – и наш интерес к этой теме укрепился еще сильнее.

РАЗДЕЛ 3. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

3.1 Детальное описание продукции

Мобильная баня – это автотранспорт, где в переделанном прицепе расположена парилка и предбанник. Такой вид предпринимательской деятельности не привязан к определенной территории. Баня на колесах оказывает услуги там, где хочет потребитель.

Одним из важных требований при организации бизнеса будет полная независимость от внешних источников. Независимо от местонахождения, в мобильной бане всегда должны быть вода и свет. Заказчик получает возможность в удобном месте и в удобное время принять банные процедуры. Технология устройства мобильной бани практически аналогична обустройству стационарной парной. Парная оборудована печкой-каменкой. Изнутри стенки обшиваются деревом. Наилучшим выбором станет использование липы, поскольку она не выделяет смолы и не протекает. На крыше оборудуется дымоход. К душевой подключается бак с запасом воды 100-200 литров. Отапливается парная дровами, разогревается до нужной температуры в среднем за 40 минут. Сервис мобильной бани предусматривает не только почасовые заказы и выезд в удобное для клиента место, но также предварительное бронирование, аренду веников и дополнительные услуги. Традиционные услуги мобильной бани: оздоровительные и расслабляющие банные процедуры; ароматерапия и ингаляция; лечебные фиточаи. Средняя стоимость двухчасового сеанса банных процедур варьируется в зависимости от удаленности от места основной локации, составляет 800 рублей в будние дни и полторы тысячи рублей в выходные и праздничные дни. Цена услуги рассчитана по средней цене предоставляемых услуг в пределах области.

Описание процедуры предоставления услуги

1. Заказ услуги – предварительный звонок, уточнение времени и места получения услуги, наличия дополнительных услуг, цены, внесение предоплаты заказчиком.
2. Подготовка мобильной бани к выезду – уборка, заправка водой, газом баллона для каменки, бензином автомобиля буксирующего платформу.
3. Транспортировка к месту заказа, установка и прогрев бани.
4. Оказание услуги – подготовленное, прогретое помещение предоставляется заказчику на оговоренное время.
5. Оплата оставшейся суммы заказа.

3.2 Конкурентоспособность продукции

Раньше в местах массового отдыха не было возможности попариться. Отличным решением стало обустройство мобильных парных. Если вы работаете или отдыхаете вдали от населенного пункта, то баня на колесах предоставит вам возможность мыться. Среди некоторых преимуществ мобильных бань стоит отметить:

1. Нет необходимости в получении разрешения на строительство бани.
2. Не нужно заливать фундамент.
3. Расположить баню на колесах можно в любом удобном месте.

Наибольший спрос на эту услугу - зимнее время. Прыгнуть в снег прямиком из парилки или окунуться в ледяную прорубь – это истинно русская забава. Летом спрос идет на спад. Поэтому необходимо продумать план стимулирования клиентов, например, предоставляя скидки и бесплатные дополнительные часы. Благодаря мобильности летом можно расширить спектр услуг, выезжая на берег реки, в лес, на туристическую базу и т.п. Перечень дополнительного сервиса можно также подстраивать под нужды клиентского сегмента. Предоставляя услуги мобильной бани за городом, в лесу или на побережье, можно дополнительно сдавать в аренду мангал с шампурами, палатки, продавать угли, дрова и жидкость для розжига.

По данным исследования, проведенного компанией «Бизнес Порт» при участии AllSauna.ru получена более подробная информация о потребителях услуг бань. Например, услугами саун пользуется преимущественно мужское население в возрасте от 18 до 40 лет, предприниматели и служащие со средним уровнем дохода на 1 члена семьи приблизительно 20000-40000 рублей в месяц. Услугами бань общего пользования (русскими банями) предпочитают пользоваться как мужчины, так и женщины

В большинстве случаев качество услуг оценивалось потребителями как хорошее и отличное, и тем не менее указывалось на ряд недостатков. Например, 58% опрошенных по разным причинам вообще не пользуются специализированными предприятиями услуг бань, причем только 10% не видят в этом необходимости, так как потребляют эти услуги в порядке самообслуживания, имеют собственные бани или сауны. Остальные 48% четко определили причины, по которым они не пользуются услугами специализированных предприятий. Главная причина – неприемлемые санитарно-гигиенические условия и высокие цены на услуги, далее идут неудобное расположение, неудобный режим работы и отсутствие предприятий в местах работы и проживания.

3.3 Планы производства и реализации, контроль качества

Таблица 1. Производственный план

Количество выездов в день	Количество выездов в день/месяц	Цена услуги за 1 час (минимальный заказ 2 ч)	Выручка за день/месяц
Будние дни	1/20	От 800 руб. в радиусе до 9 км от базы От 1300 руб. в пределах 10 км от базы От 3000 руб. в пределах 50 км от базы	1600 / 32000
Выходные и праздничные дни	2/16	1 500	6 000 / 96000
Всего за месяц		Оптимистичный вариант 128 000 Пессимистичный вариант (30% от полной загрузки) 38400 руб.	

Основными ежемесячными расходами «Мобиби» являются:

- ГСМ – от 5500 руб.,
- Запчасти и комплектующие автомобиля – 7000 руб.
- Дрова и уголь для бани – 6000 руб.
- Аренда гаража – 3000 руб.
- Расходы на рекламу – 1500 руб.
- Расходы на аутсостсинг – 5000 руб.
- Банные аксессуары – веники, шапочки, полотенца, иные расходные материалы – 2000 руб.

Итого – 30000 руб.

Кроме оборудованной платформы, для функционирования мобильной бани необходимо приобрести:

- газовый нагреватель для воды;
- резервуары для воды;

- генератор.

Итого: 25000 руб.

Таблица 2. Виды рекламы

Вид рекламы	Цель	Стоимость	Способ изготовления	Почему?
Текстовая реклама	Информирование	Платно	Самостоятельно	Реклама направлена на информирование близлежащих территорий (наш район). Листовки – оптимальный вариант
Реклама СМИ	Формирование имиджа, повышение узнаваемости	Платно	Заказ	Один из популярных и традиционных способов привлечения внимания потенциального клиента.
Баннерная реклама	Повышение узнаваемости, продажи	Платно	Заказ	Подобную рекламу можно разместить на сайтах города и района.
Реклама на транспорте	Информирование	Платно	Самостоятельно	Наличие собственного автомобиля.
Реклама в соц. сетях и блогах	Повышение узнаваемости, оперативное информирование	Бесплатно	Самостоятельно/Заказ	Существует много групп, географически направленных только на наш район.

Таблица 3. Расходы на рекламу

Наименование	Описание	Затраты
Электронная почта		Бесплатно по необходимости
Реклама в соц. сетях	Статьи, реклама	Бесплатно, периодически
Растяжки, баннеры	Оформление	Единоразово
Листовки, визитки	Листовок и визиток стоимостью 0,3 рублей	1500 руб. 2 раза в год Листовки 500 шт. 300 руб. единоразово Визитки 100 шт.
Модульная реклама	Реклама в газетах	Март – 800 руб. Май – 400 руб. Июль – 800 руб. Сентябрь – 400 руб.

Радиоэфир	Прямой ролик в радиоэфире информативного вида	Март – 2300 руб. Май – 1800руб. Июль – 2300 руб. Сентябрь – 1800 руб.
Интернет реклама	Лидогенерация, контентная, баннерная, таргетированная реклама в соц. сетях, реклама в мобильных приложениях Реклама в e-майл рассылках На тематических сайтах	1000 руб. в месяц. Периодичность 6 раз в год
	Итого	20000 в год

Таблица 4. Маркетинг-микс модель 7P

Элемент	Цели и мероприятия
Product (продукт)	Расширение ассортимента услуг на 10% за счет сезонных предложений Введение в ассортимент услуг класса «элит»
Price (цена)	Ежемесячное проведение акций «-15%» на отдельные услуги и сопутствующие товары Пересмотр ценовой структуры услуги в сторону среднего ценового сегмента (ценовое пере позиционирование)
Place (место)	Продумать возможность «скорой помощи»
Promotion (продвижение)	Ежемесячное проведение акции «Подарок за комплексный заказ» Разработка и запуск новой программы лояльности Размещение в прессе PR-статей о пользе услуг предприятия для здоровья Проведение акции формата «Обменяй баллы на минуты в парилке»
Process (процесс)	Подбор и обучение персонала Проведение опроса с целью оценки удовлетворенности клиентов от услуг компании
People (люди)	Организация новых систем навигации через лояльных партнеров
Physical evidence (свидетельство)	Создание системы отслеживания отзывов в Интернете

Раздел 4. Исследование рынка

4.1 Целевые группы потребителей

На рынке активно появляются магазины, кафе и даже салоны красоты на колесах. Но вот мобильные бани еще остаются в диковинку и только набирают популярность среди предпринимателей. Ниша на территории Омутнинского района все еще свободна, а конкуренция в сфере предоставления такого рода услуг низкая.

У каждого вида бани есть свой целевой сегмент потребителей. Мы сегментируем потребителей по трем основным критериям: демографический признак (возраст, пол); стиль жизни; уровень дохода.

Исходя из данных, полученных в ходе формы гугл-опроса, можно сделать вывод, что целевой аудиторией нашего бизнеса являются мужчины 18 - 50 лет со средним уровнем дохода, с активной жизненной позицией, предпочитающий активный отдых в кругу семьи или друзей.

При этом, баня также будет оборудована для проведения семейного отдыха с детьми. Планируется предоставление специальных услуг в виде массажа, пилинга и обертывания, что расширит круг заинтересованных клиентов и предоставит возможность создания дополнительных рабочих мест. Баня может обслуживать компании рыбаков и охотников, загородные лагеря отдыха, отдыхающих в местах отдыха с отсутствием соответствующей инфраструктуры.

Количество проживающих в городе Омутнинск - 21992 чел. 50% - частный сектор. Опираясь на такой фактор, как частота посещаемости, которая в среднем по стране находится на уровне 10-20% от всего количества жителей (это те люди, кто хотя бы раз в неделю посещает общественную баню или сауну), можно рассчитать емкость рынка. Для небольшого города с населением 21 тысяча чел., расчетная ёмкость рынка от 100 до 200 человек в месяц. Анализ результативности рекламной активности на сайте «Обо всем Омутнинск» в сети ВКонтакте. Рассмотрим такой показатель, как «охват», который характеризует коммуникативное качество рекламы, размещенной на сайте. Охват – процент целевой аудитории, просмотревших рекламу в течение определенного отрезка времени (количество контактов с ЦА).

$$\text{Охват} = K / P * 100\%$$

По данным мониторинга объявления на сайте число контактов за 7 дней размещения рекламы – 1848, размер аудитории 21000 чел. Таким образом, охват аудитории рекламой, размещенной на сайте, составил 9 %.

Для знакомства потенциальных клиентов с открытием и возможностями компании мы используем различные виды рекламы, планируется проведение рекламных акций. Рекламная компания будет направлена на жителей Омутнинского района. На данном слайде вы можете видеть виды рекламы, используемые в нашем бизнесе.

Целевую аудиторию, заинтересованную в приобретении услуг мобильной бани, относим к сегменту b2c (business to customer – потребительский бизнес). Представителями будут являться физические лица и ИП. ИП - важно заниматься бизнесом, который приносит удовольствие. Стремится к тесной связи с клиентами. Физ. лицо - ценит заботу, поэтому в поставщики услуг выбирает не только по принципу минимизации затрат, но и по комфортности взаимодействия. Клиенты выбирают заказчика в основном ориентируясь на низкую цену предлагаемых услуг и эмоциональный комфорт при общении.

Так же для определения целевой аудитории мы использовали методику Марка Шеррингтона 5W. Сегментация по методике Шеррингтона 5W заставляет думать о рынке сбыта в очень простых терминах: что, кто, почему, когда и где. Ответив на эти вопросы, можно сформулировать ответ и на самые главные вопросы – кто наша целевая аудитория и как добиться устойчивости деятельности бизнеса и роста прибыли?

Сегментация по типу продукта: Наша мобильная баня предлагает активное и полезное времяпровождение в кругу друзей и семьи. Услуга будет предоставлена в удобное для вас время и в любом удобном для вас месте – на природе, в месте отдыха.

Сегментация по типу потребителей: предложения Мобиби будут интересны физическим лицам; у всех возрастных категориям (с 18 до 70 лет) и семьям с детьми, заинтересованные в поддержании ЗОЖ, имеющие постоянную работу, доходом средним и выше среднего, проживающих в квартире.

Сегментация по ситуации, в которой совершается покупка: традиционно в России принято посещение бани 1 раз в неделю, так же популярно использовать услуги выездной бани при организации отдыха компаниями и семьей. По данным статистики особенно активно пользуются такой услугой компании молодых людей (18-35 лет)

Сегментация по каналам сбыта и способам распределения: потенциальные клиенты смогут нас найти в сети Интернет, на сайте компании есть контактные данные; при совершении покупки услуги происходит обмен информацией по персональным каналам связи; по круглосуточному телефону.

Сегментация по типу мотивации к совершению покупки: потребители предпочтут авто баню МОБиБИ, так как они заинтересованы в получении качественной, удобной и безопасной услуги. Все это предоставляет наша мобильная авто баня.

4.2 Перспективность рыночного сегмента

Все большее количество людей заботятся не только о хорошей физической форме и здоровье, но и стремятся к приятному и полезному времяпровождению на лоне природы. Наша идея Мобиби объединяет возможности активного отдыха и заботе о гигиене тела, что говорит о перспективности развития этого рыночного сегмента.

Рынок банных услуг продолжает свое развитие, появляются новые участники рынка, вытесняются другие. Так, типовые общественные бани находятся под угрозой по причине не востребоваемости, их заменяют различные сауны, частные бани и современные банно-оздоровительные комплексы, предлагающие многочисленные сопутствующие услуги оздоровительного характера. Перспектива развития банных услуг в их разнообразии, клиентам интересно получать не только традиционные, но и экзотические виды бань – термотерапия по-английски, баня в мешке с березовыми листьями, песочная и т.п., что дает почву для расширения или перепрофилирования услуг

РАЗДЕЛ 5. СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

5.1 Оценка возможных последствий производства продукции, меры по предотвращению негативных последствий

Негативными последствиями деятельности мобильной бани может быть слив использованных вод в процессе принятия банных процедур. Мерами по их нивелированию может служить использование фильтров для стока, а так же применение экологически чистых моющих средств.

5.2 Планы в сфере социальной ответственности

Для пенсионеров и лиц с особыми потребностями (инвалидов) планируется создание маркетинговой программы лояльности, скидки.

На сегодняшний момент сфера предоставления услуг мобильной бани не обладает высоким уровнем конкуренции и вход на этот рынок не затруднен. Район деятельности Мобиби - город Омутнинск? А также выезд за его пределы при необходимости. В настоящее время в нашем районе нет подобных предложений выездной бани.

Для знакомства потенциальных клиентов с открытием и возможностями компании мы используем различные виды рекламы, планируется проведение рекламных акций, а также торжественное представление бани.

Перечень дополнительного сервиса можно подстраивать под нужды клиентского сегмента. Предоставляя услуги мобильной бани за городом, в лесу или на побережье, можно дополнительно сдавать в аренду мангал с шампурами, палатки, продавать угли, дрова и жидкость для розжига.

Для расширения круга потенциальных клиентов и их знакомства с услугами, мы продумали программу лояльности в виде скидок и бонусов для появления новых и удержания постоянных клиентов, такие как: скидка на предварительный заказ (5%), скидка на день рождения (10%), скидка за действие (лайк), кросс-скидка (когда один или несколько услуг продаются по стандартным ценам, а дополнительные или сопроводительные уже со скидкой). Также в продаже будут подарочные сертификаты и будут проводиться праздничные розыгрыши. Снижаем цены для пенсионеров и инвалидов. Повышение результативности программы достигается путем периодического напоминания клиентам о существовании компании и её программы лояльности. Установленная система SRM, сайт и группа Вконтакте будут выполнять эти функции и помогут держать клиентов в курсе последних поступлений, акций, иных новостей.

(с)Маркетинговая стратегия – минимизация расходов (выполнение заказов в период выхода на рынок и развития компании самостоятельно, использование более дешёвых материалов, бесплатные пакеты бухгалтерского и банковского обслуживания т.д.), что позволяет установить низкие цены на рынке и обеспечить спрос на старте бизнеса. Теперь посмотрите на слайд. Вы видите каналы сбыта, присутствующие в нашем бизнесе. Каждый из них имеет свои преимущества и недостатки.

Будет создан кросспостинг, с помощью сервиса <https://smmplanner.com>, для сообщества Вконтакте и Facebook, профиля Twitter и в Instagram.

Будет подключена таргетированная реклама (переход в сообщество), направленная на г. Омутнинск в социальной сети Вконтакте (охват 1800 людей), при настройке параметров целевой аудитории (от 18 до 70 лет) охват за день составляет 34-79 человек (3% целевой аудитории). Частота показов от 910 до 2100. Стоимость перехода обойдется 6,75 руб. Для Instagram (переход на сайт) бюджет рекламной компании 1000 руб. примерно 300 показов в историях из этого 100 переходов по ссылке на наш сайт (настройка параметров целевой аудитории 18-65+).

При планировании маркетинговых мероприятий мы принимали в расчёт формулу 7P. Её вы можете видеть у себя на экранах. Мы расписали что является целью и что входит в мероприятия, таких элементов, как продукт, цена, место, продвижение, процесс, люди и свидетельство.

-помимо всей рекламы, наш автомобиль будет брендирован.

-был проведён опрос в Гугл-форме по вовлечению аудитории, и он был успешен.

Эффективность рекламных мероприятий заключается в том, что мы подстраиваемся под нужды потребительского сегмента.

Ценовой диапазон на основные услуги находится между 800 - 3000 рублей. Стратегия ценообразования – получение прибыли при помощи наценки. Мы использовали 2 основных метода ценообразования. 1 метод – затратный, а 2 – анализ среднего чека по Кировской области. Исходя из приведенных данных, можно утверждать, что наша организация сможет занять сегмент рынка, предлагая на первоначальном этапе услуги соответствующего качества по более низким ценам и в течение первого года работы окупить вложенные средства.

Цели маркетинга:

Качественные цели:

1. Создание положительного образа бизнеса среди конкурентов;
2. Эффективное удовлетворение потребностей предприятия для достижения максимальной выгоды;
3. Информирование потребителей о услугах и продвижение своего бизнеса;
4. Формирование конкурентоспособных предпосылок для продажи своих услуг;

Количественные цели:

1. Увеличение объема продаж на рынке конкуренции;
2. Увеличение объема прибыли и дохода;
3. Минимизация издержек производства и расходов;

Маркетинговый план детально описывает желаемые цели бизнеса в будущем и пути достижения этих целей.

(ф) Для нашего бизнеса мы выбрали такую форму маркетинга, как ROMI

$$\text{ROMI} = \frac{(\text{ Валовая прибыль }) - (\text{ Затраты на маркетинг })}{(\text{ Затраты на маркетинг })} \times 100\% \quad 840\,000 - 24\,000 / 24\,000 * 100\% = 33\%$$

Цель ROMI — измерить, как расходы на маркетинг влияют на доходы.

На нашем сайте используется система SMO –система оптимизации сайта под социальные сети.

5.3. Устойчивое развитие

Передвижная баня «Мобиби» будет сделана из экологически чистого материала. Класс производственных и бытовых отходов от мобильной бани мы относим к 3 классу – умеренно опасные

Вода от процедур сливается в бочок, который находится под баней, утилизироваться вода будет в личный септик, установленный дома. Для утилизации отходов будет заключен договор с куприт (стоимость зависит от частоты вывозов отходов) контейнер будет установлен на частной территории(т.к. там зарегистрировано ИП

За сутки одна легковая машина выбрасывает около пол килограмм токсичных веществ в атмосферу, поэтому использование более экологичного топлива позволит сократить выбросы от автомобиля

Мы принимаем все возможные меры по защите окружающей среды от негативных воздействий нашего бизнеса

Влияние проекта на здоровье и безопасность сотрудников, клиентов

Миссия нашего проекта дарить время на активный отдых с пользой для здоровья в удобном для вас месте.

Как уже говорилось ранее мобильная баня отличается своими преимуществами

Преимущества:

- Объединение в себе популярного и любимого многими способа отдыха и удобного формата мобильной услуги.

- Предоставление услуг клиентам, у которых нет возможности посетить стационарную баню

- Комфорт, не идущий наперерез безопасности

Перечень услуг моб бани такие как (на слайд) парение, фиточаи, ингаляция и ароматерапия оказывают положительное влияние физическое здоровье клиента, а приятная обстановка и приветливый персонал доставит духовное удовлетворение

В итоге получается максимально комфортный, безопасный сервис

Аспекты кадровой политики

Настя –ИП, Артем- наемный работник, в дальнейшем планируется расширение штата.

ЗП наемного работника 15 т.р. , планируется премирование. Гибкий график по 8 часов в день, согласно Трудовому Кодексу. Предоставляется оплачиваемый отпуск – 28 дней

ИП оплачивает взносы за себя и за работника в пенсионный, медицинский и фонд социального страхования

Что говорит о Благоприятных условиях труда и отдыха сотрудника

Профессиональный рост в будущем планируется в связи с расширением бизнеса (Артем учится менеджменту, а Настя будет проходить профессиональные курсы повышения квалификации в сферах бухгалтерского учёта, маркетинга и подобных для продвижения и поддержания бизнеса)

На слайде показано как различные факторы положительно и отрицательно влияют на развитие бизнеса

6. стратегия развития ИП с учетом PEST анализа

Политические факторы	Экономические факторы
(+) Патриотическое воспитание, обращение к историческим истокам (-) фискальная политика, направленная на изменение системы налогообложения	Мировой кризис (+) смещение рекламы в более дешевую среду – интернет (+) снижение затрат на зарплату (+) снижение налогового бремени для предприятий, работающих в сфере услуг (+) увеличение размера объема продаж, позволяющее применять УСН (+) в связи с сокращением рабочих мест на предприятиях появление свободной рабочей силы, с хорошей квалификацией
Социальные факторы	Технологические факторы
(+) интерес государства в демографическом прорыве и привитие привычек ЗОЖ, особенно в условиях пандемии (-) социальная нестабильность (-) изменение структуры потребления продовольственных и промышленных товаров, услуг населением	(+) развитие коммуникаций – блоги, социальные сети, электронные и мобильные платежи (+) широкое использование клиентами сети интернет – проведение промо акций, продажа, связи и реклама через интернет (+) возрастание роли интернета как рекламной площадки

По данным PEST анализа можно отметить положительные тенденции для выхода на рынок и развития бизнеса

Проведенные рекламные компании послужат Формированию положительного имиджа компании а продуманные программы лояльности, скидки и акции (такие как.....) послужат мерами удержания спроса

Нашим услуги будут доступны всем категориям населения, не зависимо от пола и возраста, но со средним доходом, которые смогут оплатить услугу

Точка без убыточности достигаем через 4 -12 месяцев

При постоянных затратах 551404 руб. можно говорить, что точку безубыточности организация достигнет при реализации услуг на сумму 585272 руб.

Раздел 6. Организационный план

6.1 Форма собственности, организационно-правовая форма, для школьных/студенческих компаний: организационная структура, список руководящего состава, сведения об эмиссии «акций» компании

Организационно правовая форма «Мобиби»: индивидуальный предприниматель, поскольку данная форма обеспечивает наиболее выгодное положение инвесторов проекта и гарантирует оптимальные рамки функционирования предприятия.

Система налогообложения: УСН 6% с полученных доходов. Налоговая база может быть снижена за счет взносов оплачиваемых ИП за работника в пенсионный, медицинский и фонд социального страхования.

Тип предпринимательской деятельности: код ОКВЭД 96.04 это деятельность физкультурно- оздоровительная.

Включает:

- деятельность бань и душевых по предоставлению общегигиенических услуг;
- деятельность саун, соляриев, салонов для снижения веса и похудения и т.п.

Таблица 6. Организационная структура компании

Торопов Константин (наемный работник)	Шуклина Анастасия (ИП)
Роли участников	
Инвестор, технический специалист	Инвестор, директор, менеджер, ответственный за ведение отчётности.
Функциональные обязанности	
Управление техникой и техническое обслуживание объекта, непосредственное сопровождение процесса услуги.	Управление компаний – бух. учет и шаблоны документов, налоги, функционирование компании, составление договоров на исполнение работ и оказание услуг, прием и обработка звонков, реклама, сотрудничество с контрагентами, исполнителями, договора с клиентами.

6.2 Местоположение и ресурсы, необходимые для открытия бизнеса

Мобиби является мобильным объектом. Основное место локации г.Омутнинск, ул.Производственная, 5

Необходимые ресурсы для открытия бизнеса – автомобиль для транспортировки прицепа-бани, оборудованный прицеп, место для основной стоянки, техническое обслуживание техники и оборудования, уплаты заработной платы и отчислений.

6.3 Административный и производственный персонал

Всю административную работу и сопровождение услуги осуществляют организаторы бизнес-идеи. Бухгалтерский, налоговый учет – аутсорсинг (консультации, сложные случаи). Техническое обслуживание техники и оборудования через дополнительные договоры с профильными фирмами.

РАЗДЕЛ 7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Выручка – 866 000 руб. Постоянные расходы – 551 494 руб. Переменные расходы – 49 980. Валовая прибыль – 840 020. Чистая прибыль – 288 526.

Валовая прибыль=чистый доход-себестоимость продукции. Чистая прибыль= валовая прибыль- сумма затрат-сумма налогов.

\Организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель, система налогообложения – УСН 6%, выбрана из-за небольшой налоговой нагрузки и простоты ведения учёта и отчётности. 6% из-за небольших расходов.

\ИП с наемным работником или без платит социальные отчисления с зарплаты персонала и фиксированные взносы за себя и работника в течение года. Единый налог по УСН уплачивается один раз в год. Один раз в год подается декларация. Ежеквартально уплачиваются налоговые авансы (6% от дохода за минусом уплаченных страховых взносов за ИП и работника).

\Бюджет инвестиции в проект – 280 000 руб. Способы финансирования - Бюджетное финансирование (финансирование затрат за счет государственных ресурсов) и самофинансирование. Источники финансирования - 50 000 руб. личных средств и 230 000 руб. займ под 2,125% годовых сроком на 2 года, полученном в Кировском областном фонде (микrokредитная компания) по программе поддержки малого и среднего бизнеса на территории Кировской области, с учетом прогнозной инфляции в 2021 году на уровне 5-6%. Гарантии возврата кредита – выручка от деятельности ИП и приобретенное оборудование. У ИП 1 наемный работник со средним заработком 15 000 руб.

(с)Займем 230 000 Проценты 1 год -3614 Проценты 2ой год- 1270 Отдадим всего- 234 884.

Также мы использовали 2 основных метода ценообразования. 1 метод – затратный, а 2 – анализ среднего чека по Кировской области. (прайс-лист)

Мы использовали такую модель калькуляции расходов, как direct-costing.

$O = Po3 : (Ц - Pe3)$, где:

O – критический объем выпуска; Po3 – постоянные затраты в целом по предприятию; Ц – продажная цена единицы продукции; Pe3 – переменные затраты на единицу продукции.

$551494:(800-428)=1481,5$

Бухгалтерскую и налоговую отчетность планируется вести с помощью облачного сервиса «Моё дело» <https://www.moedelo.org/Prices> 2500 рублей в месяц с проверкой контрагентов самостоятельно.

Объём продаж составит 288 000 рублей в год.

\Бюджет доходов и расходов нашего бизнеса:

На данном слайде вы можете видеть постоянные расходы, они составят 567 389 рублей. Переменные затраты составят 49 980 рублей. Сейчас на экране вы можете видеть доходы нашего бизнеса, которые составили 866 000 рублей в год.

Прогнозный план разработан на 2020 и 2021 года. Его мы можете наблюдать на экране.

\Сейчас продемонстрируем финансовые показатели нашего бизнеса.

При объеме первоначальных вложений 280000 рублей через год чистый доход бизнеса (NCF) будет равен 154646 рублей. Мы определили его: вычли из чистой прибыли сумму начислений заработной платы работника и ИП плюс налоги УСН 6%.

Простой срок окупаемости проекта 4 месяца. Чистый дисконтированный доход NPV проекта 536981 руб. имеет положительное значение, в этом случае проект считается эффективным, т.е. проект покрывает свои внутренние затраты, а также приносит владельцам капитала доход не ниже ставки дисконтирования (ставки рефинансирования Центрального Банка мы рассматривали 6% в 2021 году).

Внутренняя норма доходности проекта составит 28,4%, (расчет за 2 года реализации проекта), что говорит об экономической целесообразности реализации проекта, что может быть интересно потенциальным инвесторам, так как вложения в проект с высокой долей вероятности принесут прибыль. Мы узнали данный показатель при помощи онлайн расчета.

Индекс прибыльности (PI) мы рассчитали так: мы сумму выручки поделили на инвестиции нашего бизнеса и получили – 3,1 ед., а это больше 1, это означает, что проект принесет хороший доход инвесторам, так как считается, что чем больше полученное значение индекса прибыльности, тем более устойчивым и надежным считается проект. Рентабельность продаж 97 % (для этого мы валовую прибыль разделили на сумму выручки и умножили на 100%. После уплаты всех обязательств в каждом рубле выручки будет содержаться 33 копейки прибыли.

В нашем проекте точка безубыточности будет достигнута при минимальной величине дохода в 585272 руб. или 22 реализованных услуги в месяц по среднему чеку 2400 руб. При меньшем объеме предоставляемых услуг бизнес будет убыточным, при большем – получит прибыль.

Финансовые показатели проекта

Объем первоначальных вложений – 280 000 руб.

Чистый доход (NCF) – 154646 руб. Налоги сумма строк 21,22 и 26 из стр 32

$288526 - (54000 + 27920 + 51960) = 154646$

Чистый дисконтированный доход (NPV) – 536981 руб. $(66000 : (1 + 0,06) - 280000 = 536981 \text{ руб.})$

Простой период окупаемости (PB) – 0,32 или 4 месяца

Индекс прибыльности (PI) – 3,1 ед. $(866000 : 280000 = 3,1)$

Внутренняя норма доходности (IRR) – 28,4 %

Рентабельность продаж (по чистой прибыли) 97% $(840020 : 866000 * 100\% = 97\%)$

$288526 : 866000 = 33\%$ после уплаты налогов в каждом рубле выручки будет содержаться 33 коп. прибыли)

Точка безубыточности (BEP) – составляет 585272 руб. (365 заказов по 2 часа, или 244 заказа по 3 часа (22 заказа в месяц по 2400 рублей), что

Таким образом, проведенные исследования и расчеты позволяют утверждать, что проект создания передвижной мобильной авто-бани рентабельный, конкурентоспособный и жизнеспособный.

Мобильная баня – это автотранспорт, где прицеп представляет собой «бочку-баню». Такой вид предпринимательской деятельности не привязан к определенной территории. Баня на колесах оказывает услуги там, где удобно потребителю.

Автономность

Одним из важных требований при организации бизнеса будет полная независимость от внешних источников. Независимо от местонахождения, в мобильной бане всегда должны быть вода и свет. Заказчик получает возможность в удобном месте и в удобное время принять банные процедуры.

Бизнес-процессы необходимые для открытия нашего бизнеса

Название задачи
Обсуждение идеи
Договор о сотрудничестве
Изучение ЦА

Поиск бани на колесах
Написание бизнес-плана
Консультирование в бизнес-центре г. Омутнинска
Работа с документацией
Оформление ИП
Обсуждение деталей, заказ бани
Создание сайта и кросспостинга
Разработка рекламных листовок, баннера, визиток и т.п.
Договор на рекламу на радио
Брендирование автомобиля
Подготовка бани
Заключение договора на использование программы "Легкий старт" от Сбербанка, открытие расчетного счета
Актуализация договора на оказание услуги
Мероприятие по торжественному представлению горожанам бани

Осуществлять техническую часть процессов предоставления услуг таких, как: Подготовка мобильной бани к выезду – дезинфекция, уборка, заправка баллона газом для каменки, бензином автомобиля, буксирующего платформу, транспортировка к месту заказа, установка и прогрев бани будет Торопов Константин. А Шуклина Анастасия будет отвечать за общение с клиентами, а именно предварительный звонок, уточнение времени и места получения услуги, возможность получения дополнительных услуг, цены, внесение предоплаты заказчиком.

Подготовка мобильной бани к выезду – дезинфекция, уборка, заправка баллона газом для каменки, бензином автомобиля, буксирующего платформу

Технология устройства

Парная оборудована печкой-каменкой, разогревается до нужной температуры в среднем за 40 минут. Сервис мобильной бани предусматривает не только почасовые заказы и выезд в удобное для клиента место, но также предварительное бронирование, аренду веников и дополнительные услуги.

Этапы функционирования бизнеса

-На начальном этапе функционирования бизнес будет только покрывать издержки, получая минимальную прибыль.

-Расширение бизнеса и прием дополнительных работников планируется на весенне-осенне-зимний период при условии увеличения заказов.

-Этапы технологического процесса: получение заказа; согласование необходимых деталей и предварительным расчетом суммы оплаты; получение аванса; подготовка;

транспортировка; прогрев бани; предоставление услуги, получение расчета по предоставленной услуге.

Для снижения рисков необходимо выполнять следующие шаги:

- постоянный анализ информации об изменениях в отрасли, новинках;
- использование тайм-менеджмента организации, функционирования и управления;
- краткосрочное и долгосрочное планирование;
- быстрая реакция организации, функционирования и управления;
- строгий контроль денежных и иных активов;
- создание денежных резервов; рисков событий);
 - развитие программ лояльности;
 - повышение качества обслуживания;
 - участие в грантовых конкурсах; страхование определенных рисков.

При расчёте стоимости услуги мы использовали два метода:

1)затратный метод

2) Средняя стоимость по Кировской области

Просчёт казусов

- **Позитивный план развития** – при реализации 20 услуг в месяц по среднему чеку 3000 руб. срок окупаемости проекта составит 4,5 месяца (высокий сезон)
- **Негативный план развития** – при реализации 15 услуг в месяц по среднему чеку 1600 руб. срок окупаемости составит 14 месяцев (низкий сезон)

Пути выхода из проекта:

- Продажа бизнеса или переоборудование платформы;
 - Использование её в собственных целях
-

Затраты на организацию передвижной авто бани «МобиБи»

Затраты на организацию (инвестиции)	280 000 руб.
Постоянные затраты (в год)	551494 руб.
Переменные (в год)	49980 руб.

Цели

Долгосрочные цели: расширение бизнеса; стабилизация, сохранение достигнутых позиций на рынке; получение большей прибыли;

Среднесрочные цели: распределение в среднесрочном периоде ресурсов, имеющихся у организации, наиболее эффективным образом;

Краткосрочные цели: анализ тенденций в сегменте; заключение договоров с клиентами; проведение рекламной кампании; разработка учредительных документов;

Продвижение проекта:

Шуклина Анастасия, я- Торопов Константин. Анастасия – умна, вежлива, практична. Костя – коммуникабелен, отлично взаимодействует с клиентами и коллегами и просто хороший парень.

Современная жизнь становится все более активной и мобильной. Но вот мобильные бани еще остаются в диковинку и только набирают популярность среди предпринимателей. Хотя сама идея не является новой и уникальной. Подобные проекты уже реализовывались, но в силу разных причин не получили широкого распространения. Наш бизнес-проект - мобильная передвижная баня на колесах - «МОБиБИ».

В данном бизнесе Шуклина Анастасия играет роль индивидуального предпринимателя, а Торопов Константин – наёмного работника. Хочется отметить, что у нас линейная организационная структура, так как я являюсь ИП, а Костя – техническим специалистом, работает по гибкому графику.

Для реализации проекта нам потребуется 280 000 рублей. Мы будем использовать собственные средства в размере 50000 руб. и заемные в виде займа 230 000 руб. от Омутнинского БизнесЦентра поддержки малого и среднего бизнеса.

Баня на колесах - это авто-прицеп со специальным оборудованием, установленным на прицепе, где размещается парилка и предбанник. Мобильная баня «МОБиБИ» предоставляет своим клиентам перечень таких услуг, как расслабляюще-оздоровительные процедуры; лечебные фиточаи; ароматерапия и ингаляция.

Исходя из данных, полученных в ходе формы гугл-опроса, можно сделать вывод, что целевой аудиторией нашего бизнеса являются мужчины 18 - 50 лет со средним уровнем дохода, с активной жизненной позицией, предпочитающий активный отдых в кругу семьи или друзей. Район деятельности Мобиби – город Омутнинск. Для небольшого города с населением 21 тысяча чел., расчетная ёмкость рынка от 100 до 200 человек в месяц.

До начала работы мобильной бани создан собственный сайт высокого качества – личная визитка, через который клиенты могут находить баню в сети, сотрудничать, бронировать, заказывать услугу, узнавать стоимость. Это одновременно и часть рекламной кампании. Подключена Яндекс. Метрика¹. Кроме того, рекламу о деятельности мобильной бани планируется размещать в поисковиках, социальных сетях, тематических форумах, а также реализовываться привычными методами - раздачей буклетов на тематических событиях в городе, знакомить с деятельностью бани через знакомых и друзей. Так же необходимо выпустить качественную полиграфическую продукцию, такую как визитки, буклеты, листовки, которые могут вручаться клиентам существующим и потенциальным.

¹ Яндекс. Метрика (<https://metrika.yandex.ru>) — это инструмент аналитики, который помогает получать наглядные отчеты, видеозаписи действий посетителей сайта, отслеживать источники трафика и оценивать эффективность онлайн- и офлайн-рекламы.

Будет создан кросспостинг, с помощью сервиса <https://smmplanner.com>, для сообщества Вконтакте и Facebook, профиля Twitter и в Instagram.

Будет подключена таргетированная реклама (переход в сообщество), направленная на г. Омутнинск в социальной сети Вконтакте (охват 1800 людей), при настройке параметров целевой аудитории (от 18 до 70 лет) охват за день составляет 34-79 человек (3% целевой аудитории). Частота показов от 910 до 2100. Стоимость перехода обойдется 6,75 руб. Для Instagram (переход на сайт) бюджет рекламной компании 1000 руб. примерно 300 показов в историях из этого 100 переходов по ссылке на наш сайт (настройка параметров целевой аудитории 18-65+).

В перспективе планируется принимать участие в тендерах; участвовать в рейтингах и присутствовать на тематических порталах; публиковать рекламные статьи в СМИ; активно использовать контекстную и медийную рекламу и результаты естественной поисковой выдачи. Искать и участвовать в группах в соц. сетях, которые посвящены определенным направлениям в бизнесе, участвовать в обсуждениях, принимать участие в спорах, чтобы продемонстрировать свои знания и навыки.

Анализ результативности рекламной активности на сайте «Обо всем Омутнинск» в сети ВКонтакте. Рассмотрим такой показатель, как «охват», который характеризует коммуникативное качество рекламы, размещенной на сайте. Охват – процент целевой аудитории, просмотревших рекламу в течение определенного отрезка времени (количество контактов с ЦА). По данным мониторинга объявления на сайте число контактов за 7 дней размещения рекламы – 1848, размер аудитории 21000 чел. Таким образом, охват аудитории рекламой, размещенной на сайте, составил 9 %.

Мы провели обзор сайтов для публикации реклам, способствующих продвижению мобильной бани и выделили 4 основных сайта, которые вы можете видеть на слайде: это Омутнинские вести +, Наша жизнь, сайт «Мой Омутнинск» и паблик «Обо всём Омутнинск».

Наш плюс - близость к потребителю, широкий спектр и приемлемая цена услуг. Это позволит обеспечить достаточный уровень спроса, положение на рынке и тенденцию к последующему развитию и росту.

Концепция деятельности мобильной бани – каждого нового покупателя обратить в постоянного клиента.

Наши основные ключевые бизнес-процессы мы распределили по 3 группам: управляющие, операционные и поддерживающие. К управляющим бизнес-процессам относим: контроль доходов и расходов, управление аутсорсингом, К операционным:

маркетинг и продажа услуг, закупка материалов и оборудования. К поддерживающим: бухгалтерский учёт, техническая поддержка

Маркетинговая стратегия – минимизация расходов (к примеру, использование более дешёвых материалов, бесплатные пакеты бухгалтерского и банковского обслуживания т.д.), что позволяет установить низкие цены на рынке и обеспечить спрос на старте бизнеса.

При объёме первоначальных вложений 280000 рублей через год чистый доход бизнеса (NCF) будет равен 154646 рублей. Простой срок окупаемости проекта 4 месяца.

$$551494:0,97= 568550$$

Или

$$551494*866000/866000-49980 = 585272$$

При постоянных затратах 551404 руб. можно говорить, что точку безубыточности организация достигнет при реализации услуг на сумму

$$585272 \text{ руб.}$$

731 час услуг в год или 365 заказов по 2 часа в год; или 244 заказа по 3 часа

Таким образом, исходя из данных, что сфера предоставления услуг мобильной бани не обладает высоким уровнем конкуренции, что бизнес будет приносить прибыль можно сделать вывод о том, что проект создания передвижной мобильной авто-бани рентабельный, конкурентоспособный и жизнеспособный.

Баня на колесах при грамотном подходе может из оригинальной идеи превратиться в прибыльный бизнес. Самым затратным и трудоемким процессом является проектирование и строительство бани. Баня на колесах сама рекламирует себя, обслуживаться такое заведение достаточно просто – можно справиться своими силами или силами семьи не привлекая. Выполняя минимум 4 заказа в неделю, можно работать без убытков. В среднем, рентабельность бизнеса составляет 30%. При первоначальных вложениях 320000 рублей, затраты окупятся через 3-8 месяцев с момента открытия. В сложных экономических условиях его можно легко переориентировать, так как в собственности останется транспортное средство, которое можно использовать для реализации другой идеи и нивелировать потери.

Обращаем Ваше внимание на то, что конкурс бизнес-планов «Будь предприимчивым» носит **исключительно образовательный характер** и направлен на содействие в приобретении и развитии учащейся молодежью базовых навыков в сфере организации и управления бизнесом. Организатор конкурса – Межрегиональная общественная организация (МОО) «Достижения молодых» и эксперты, приглашенные для оценки конкурсных работ в качестве членов жюри, не берут на себя обязательств по финансовой, юридической и прочих видов поддержке бизнес-планов, представленных на конкурс «Будь предприимчивым».

<http://ja-russia.ru>