

**Климчик Николай Владимирович,
Каптеева Евгения Владиславовна,
обучающиеся АУ «Сургутский
политехнический колледж», г. Сургут**
E-mail: gustarhymes@mail.ru,
ekapteeva@mail.ru

**Научные руководители:
Кривошеева Людмила Ивановна,
Кокшарова Наталья Николаевна,
преподаватели АУ «Сургутский
политехнический колледж», г. Сургут**
E-mail: mila.ru.2012@mail.ru,
Koksharova78@yandex.ru

БИЗНЕС-ПЛАН ПО ОТКРЫТИЮ СЕРВИСНОГО ЦЕНТРА «KRAFTVOLL SERVICE»

(услуги по ремонту и обслуживанию цифровых устройств)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Целью данной публикации является исследование разработки бизнес-плана по открытию сервисного центра «Kraftvoll Service» (услуги по ремонту и обслуживанию цифровых устройств). Для достижения цели авторами был проведён анализ рынка, целевой аудитории, разработан организационный и маркетинговый планы, проанализированы возможные потенциальные риски и способы их минимизации, представлено развитие и масштабирование будущего предприятия, составлен финансовый план, представлены результаты деятельности MVP (минимально жизнеспособный продукт).

УДК 338.5

The purpose of this publication is to study the development of a business plan for the opening of the service center «Kraftvoll Service» (repair services and maintenance of digital devices). To achieve the goal, the authors conducted an analysis of the market, target audience, developed organizational and marketing plans, analyzed potential risks and ways to minimize them, presented the development and scaling of the future enterprise, prepared a financial plan, presented the results of the MVP (minimally viable product).

Ключевые слова

Бизнес-план, сервисный центр, информационные системы, цифровые технологии, инвестирование, финансовые возможности.

Keyword

Business plan, service center, information

systems, digital technologies, investment, financial opportunities.

Информационные системы вошли во все сферы жизни. Развитие цифровых технологий открывает огромный спектр возможностей. Прогресс во всех отраслях

науки и промышленности идет с огромной скоростью. Количество цифровых устройств в каждом доме постоянно увеличивается. Компьютеры, смартфоны, бытовая электроника – трудно представить современную действительность без подобных гаджетов. Цифровые технологии – это уникальное явление, которое за последние десятилетия полностью изменило образ жизни каждого человека на планете. Исследователи утверждают, что внедрение технологических новинок с каждым годом будет проходить все более быстрыми темпами. На повсеместное распространение электричества в XX столетии ушло 30 лет, а смартфоны и планшетные компьютеры вошли в обиход за 3-4 года.

В настоящее время современный человек не может обойтись без смартфона или компьютера, в связи с этим очевидно, что рынок будет растущим и есть смысл открыть сервисный центр «Kraftvoll Service». Однако прежде чем начать новое дело, нужно продумать стратегию, соизмерить энтузиазм с имеющимися ресурсами и возможными угрозами со стороны внешнего мира, что позволит избежать в будущем банкротства. Для успешной реализации данной деятельности необходимо разработать бизнес-план, который обеспечит конкурентоспособность предприятия и привлечёт инвесторов.

Можно достигнуть существенных преимуществ, если начать с бизнес-плана для внутреннего использования. В процессе его разработки следует рассматривать многие вопросы, которые, возможно, никогда не будут записаны в бизнес-плане, предназначенном для внешнего использования, и прежде всего для инвесторов. Однако инвесторы наверняка будут задавать подобные вопросы, чтобы «почувствовать» серьезность проработки. Те, кто не подготовлен к этим вопросам, окажутся в невыгодном положении.

Если же привлечение финансовых средств окажется оправданным, тогда и инвестор, и фирма будут иметь твердую основу для сделки. Таким образом, составление внутренне ориентированного бизнес-плана в интересах обеих сторон.

Бизнес-план для предприятия равносителен чертежам для строителя. Он показывает, какими методами и с помощью каких средств возможно достижение поставленных целей и является пошаговым дневником в организации нового дела. Бизнес-план показывает, что предприниматель наделен определенной инициативой, достаточно дисциплинирован, чтобы использовать свою энергию для определенного проекта, и что он понимает, как достичь поставленной конечной цели, обходя или решая все встречающиеся на пути проблемы и трудности.

Следует ознакомить своих партнеров или уже имеющих сотрудников с некоторыми разделами бизнес-плана. Это поможет им увидеть в предпринимателе не только начальника, но и своего коллегу.

Итак, назначение бизнес-плана состоит в том, что он помогает предпринимателям решать следующие задачи:

1. Сформировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения.
2. Изучить емкость и перспективность развития будущего рынка сбыта.
3. Определить конкретные отношения деятельно-

сти фирмы, целевые рынки и место фирмы на этих рынках.

4. Оценить производственные и непроизводственные издержки.

5. Определить состав маркетинговых предприятий по изучению рынка, стимулированию продаж, ценообразованию.

6. Оценить финансовое положение фирмы и соответствие имеющихся финансовых и материальных ресурсов с возможностями достижения поставленных целей.

Бизнес-план является первоначальным средством для «продажи» идеи о предприятии и кратким изложением основных сведений о предприятии при привлечении инвесторов для участия совместно с предпринимателем в организации нового бизнеса, связанного с риском.

Необходимо особо отметить, что бизнес-план обычно разрабатывается на перспективу, и по большому счету составлять его надо примерно на три года вперед. При этом для первого года основные показатели следует рассматривать в месячной разработке, во втором – поквартально и лишь начиная с третьего года ограничиться годовыми показателями.

В практике планирования выделяют несколько типов бизнес-планов, в зависимости от круга задач, которые должно решать предприятие. Можно выделить следующие типы бизнес-планов:

1. Производственный (внутренний) бизнес-план, который необходим для планирования и прогнозирования деятельности предприятия; для определения целей развития в предстоящем плановом периоде для решения проблем, с которыми предприятие сталкивается при реализации своих целей, и определения путей их преодоления с наименьшими затратами. Производственный бизнес-план позволяет убедиться, что все тщательно спланировано и целесообразно с точки зрения финансового, материального обеспечения, а также и трудовых отношений с учетом прошлой деятельности, конъюнктуры рынка.

2. Инвестиционный бизнес-план, который является инструментом для привлечения инвесторов. Он предусматривает строительство (освоение инвестиций), изменение технологии – все то, что связано с такой экономической категорией, как инвестиции (капитальные вложения). В инвестиционном плане должны быть максимально учтены главные интересы кредиторов – обеспечение возвратности кредита и своевременная уплата процентов за пользование им. Многие банки, инвестиционные структуры разработали соответствующие стандарты, формы инвестиционных бизнес-планов.

3. Бизнес-план финансового оздоровления, который составляется предприятием, находящимся в состоянии неплатежеспособности, и предполагает финансовое оздоровление предприятия обычно в период наблюдения или внешнего управления его имуществом. Этот бизнес-план проходит достаточно длительный и сложный период согласования с кредиторами, с собственниками неплатежеспособного предприятия. Порядок согласования, структура бизнес-плана и методика его составления разработаны и утверждены Федеральным управлением по делам о несостоятельности (банкротстве) предприятий.

Показатель	Пояснение	Доля	Количество людей, тыс. чел.	Годовой оборот, тыс. руб.
TAM	Все люди России, которые теоретически могут заинтересоваться ремонтом своего устройства (взрослое население до 70 лет)	x	146 745	974 386 800
SAM	Доля рынка, для которой актуальна услуга (учитывая уровень дохода, возраст, пол, место проживания и т. д.)			
	Процент тех, кто живет в Сургуте		450	2 988 00
	Процент платежеспособных людей	72,00%	324	2 151 360
	Процент тех, кто в возрасте от 17 до 70	95,00%	308	2 043 792
	Процент тех, кто обращается в мастерские	33,00%	102	674 451
	Процент тех, кто зарабатывает от 35 до 100 тыс. руб.	87,00%	88	586 773
SOM	Реально достижимый объем рынка. Сколько клиентов мы можем обслужить/сколько товаров продать, учитывая наши ресурсы			
	Доля SAM, которую мы планируем «захватить»	9,5%	8	55 743
	Средний чек	x	x	1715
	Количество покупок 1 клиентом за год	x	x	4
	Количество клиентов, которых вы можете обслужить за месяц, учитывая ваши ресурсы	x	0,12	9 878
1	Консолидированный ли рынок? Количество предприятий на рынке?	Рынок не консолидирован, крупных сетей нет. Сургут: 122 салона на 450 тыс. чел.		
Ссылки на источники https://2gis.ru/surgut/search/ремонт%20телефонов				

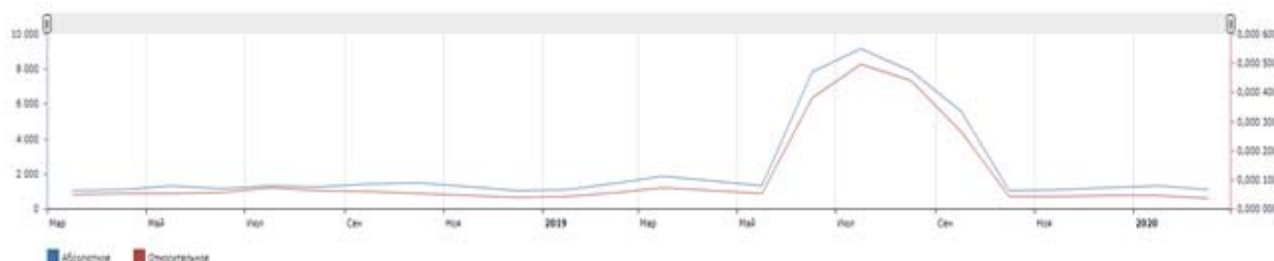


Рис.1. Анализ рынка Wordstat

Авторы этой публикации представили бизнес-план по открытию сервисного центра «Kraftvoll Service» (услуги по ремонту и обслуживанию цифровых устройств).

Данная сфера деятельности была выбрана исходя из того, что в настоящее время каждый из нас имеет различные цифровые устройства и сталкивался с проблемами по ремонтной части. Данный вид услуг пользуется спросом и с учетом квалифицированного персонала, качества предоставляемых услуг будет являться прибыльным. Кроме того, существуют и косвенные факторы, такие как опыт в данной сфере деятельности в роли мастера – три года, заинтересованность к делу, повышение квалификации на курсах от команды «Like ЦЕНТР».

Стратегия предприятия – открытие конкурентоспособного сервисного центра по ремонту цифровых устройств «Kraftvoll Service». Целью является предоставление услуг высокого качества по ремонту цифро-

вых устройств, что в свою очередь сказывается на конкурентоспособности фирмы.

Описание предприятия включает важные факторы: анализ, основную информацию о требуемых затратах на открытие и поддержку жизнеспособности компании.

Картина рынка, где отражена информация о его состоянии, портрет целевой аудитории и реально достижимый объем показателя SOM, изучение целевого рынка является важным составляющим, так как доля SOM показывает, какие есть шансы быть эффективным. Подробные данные представлены в таблице.

В г. Сургуте в месяц в среднем 1 300 показов в поиске Яндекс (wordstat) в течение года, и только с июля по октябрь ощутимый прирост показов до 9 189 в месяц. Рисунок 1.

Организационно-правовая форма – ИП.

1. Простая схема регистрации.

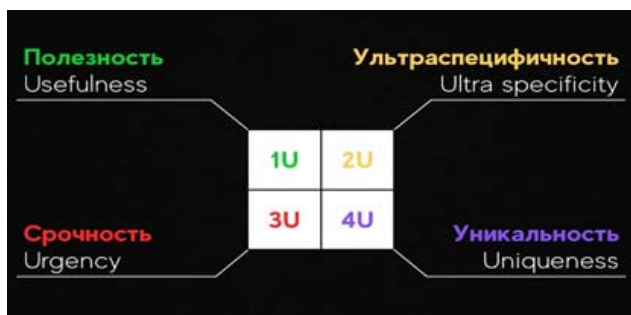


Рис. 2. Техника «4U»

2. УСН 6 %/15 %.
3. Проще с налоговой отчетностью.
4. Нет ограничений на кассу.

В числе сотрудников окажутся следующие специалисты:

1. Руководитель.
2. Мастер (один или несколько).
3. Администратор.
4. Менеджер по работе с клиентами.

При выборе местоположения сервисного центра необходимо учесть:

1. Проходимость.
2. Отсутствие других сервисных центров.
3. Расположение внутри какого-нибудь жилого комплекса.

Если удастся соблюсти эти три условия – поток клиентов будет крайне быстро расти с самого начала. Еще одним важным аспектом является информация о партнерах: а именно тех, у кого будет осуществляться покупка запчастей, чтобы продумать грамотно структурируемую логистику.

Обязательно нужно вести все расходы (оборудование, запчасти, зарплата персонала, реклама и т. д.) и доходы.

Для привлечения потенциальных клиентов мы выбрали баннеры, листовки, рекламу в лифтах, таргет/ретаргет/сторителлинг Instagram, таргет/ретаргет «ВКонтакте», таргет «Одноклассники», «Авито.ру», программу лояльности, участие в ярмарках (с целью бесплатно протестировать устройство/записать на прием (ремонт)).

Важную роль в привлечении клиентов играет умение составлять яркие заголовки для рекламы по технике «4U». Благодаря этой технике мы увеличим конверсию переходов и, соответственно, подтвержденных лидов. Структура техники «4U» приведена на рисунке 2.

Рекламы должно быть много. Использовать следующие все доступные способы. Создать сайт – один из самых нужных пунктов. Предложить клиентам возможность описать поломку и подсказать, что это может быть и стоимость ремонтных работ, затем создать аккаунт Instagram и «ВКонтакте», чтобы продвигать офферы с помощью таргетированной рекламы. Офлайн-реклама включает в себя баннеры и листовки. Пример листовки – рисунок 3.

Проект является малобюджетным и в силу этого достаточно мобильным, что позволяет избежать многих рисков, но, несмотря на это, возможно малое количество клиентов, отсутствие некоторых комплектующих, что может повлиять на размер прибыли. Присутствие конкурентов в данной области также повлияет на прибыль. Меры по предотвращению влияния этих факторов: предоставление разнообразных качественных услуг, быстрое исполнение заказов позволит снизить возможности рисков. Для предотвращения угрозы подорожания запчастей и расходных материалов планируется держать необходимый минимум запчастей и расходных материалов, что позволит в случае их подорожания плавно увеличить цену на ремонт без существенной финансовой нагрузки клиентов. В случае появления конкурентов рассматривается возможность сотрудничества с ними и создания сети мастерских под одной маркой.

После успешного открытия филиала и при получении стабильно растущей выручки стоит задуматься о масштабируемости. Это позволит бизнесу быстро развиваться, но будет больше ответственности, а значит, увеличатся затраты и штат сотрудников, которые принесут большую выручку и прибыль.

Финансовый план – один из самых важных составляющих бизнес-плана. В нём прописана финансовая модель, план продаж, представлены расходы и прибыль, окупаемость проекта, финансовый план в цифрах на три года и формулы расчёта Unit-экономики. Пример рас-



Рис. 3. Купон на скидку

Таблица 1. Расчет потребности в инвестициях

Статьи затрат	Стоимость, руб
Капитальные вложения	152 000
Покупка оборудования	89 200
Капитальный ремонт помещения	2 000
Покупка мебели и техники	57 200
Разработка сайта	3 600
Прочие капитальные расходы 1	0
Прочие капитальные расходы 2	0
Прочие капитальные расходы 3	0
Расходы на запуск	14 000
Маркетинговые расходы на запуск	10 000
Расходы на открытие	4 000
Расходы на запуск 1	0
Расходы на запуск 2	0
Расходы на запуск 3	0
Операционные расходы	82 000
Аренда помещения	24 000
Зарплата_услуги	28 000
Зарплата_продажи	20 000
Зарплата_управление	10 000
Маркетинг	10 000
Прочие операционные расходы 1	0
Прочие операционные расходы 2	0
Прочие операционные расходы 3	0
Прочие расходы	0
Прочие расходы 1	0
Прочие расходы 2	0
Прочие расходы 3	0
Резерв на непредвиденные расходы	24 800
Итого потребность в инвестициях	272 800

Таблица 2. План продаж ежемесячно

	План продаж В МЕСЯЦ		
	каждый месяц в 1й год	каждый месяц во 2й год	каждый месяц в 3й год
Цена товара/услуги			
замена экрана	1 840	1 840	1 840
замена АКБ	1 490	1 490	1 490
Замена корпуса	1 490	1 490	1 490
Разблокировка	1 840	1 840	1 840
Чистка	1 490	1 490	1 490
Количество товаров/услуг			
замена экрана	35	69	92
замена АКБ	30	56	70
Замена корпуса	12	26	48
Разблокировка	26	47	90
Чистка	17	31	68

четов потребностей в инвестициях, продаж и расходов бизнес-плана представлен в таблицах 1, 2, 3.

Резюмируя, можно сделать вывод, что источником

Таблица 3. План расходов ежемесячно

Операционные расходы	План расходов В МЕСЯЦ		
	каждый месяц в 1 год	каждый месяц во 2 год	каждый месяц в 3 год
Аренда помещения	24 000	65 000	90 000
Зарплата_услуги	28 000	49 000	110 000
Зарплата_управление	20 000	36 000	70 000
Закупка материалов	39 000	81 000	105 000
Маркетинговые расходы	10 000	24 000	24 000
Прочие расходы	1 110	2 220	3 330
Расходы 2	0	0	0
Расходы 3	0	0	0
Расходы 4	0	0	0
Расходы 5	0	0	0
Расходы 6	0	0	0
Расходы 7	0	0	0
Расходы 8	0	0	0
Расходы 9	0	0	0
Расходы 10	0	0	0
	0	0	0

финансирования будет инвестирование в размере 170 000 рублей, со сроком окупаемости 36 месяцев. Разработанный бизнес-план помог сервисному центру «Kraftvoll Service» выбрать из возможных альтернатив наиболее эффективное решение, доказать необходимость тех или иных расходов, привлечь потенциальных инвесторов, а также спланировать мероприятия, которые сервисный центр «Kraftvoll Service» собирается провести для наиболее эффективной работы вложенных средств.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Бакшт, К.А. Усиление продаж – СПб.: Питер, 2017. – 304 ил. – (серия «Искусство продаж»).
2. Грачев, С.А. Бизнес-планирование: учеб. пособие/ С.А. Грачев, М.В. Рахова, А.К. Холодная; Владим. гос. ун-т им. А.Г. и Н.Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2017. С. 78.
3. Богомолова, В.А. Бизнес-планирование: учеб. пособие/В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина; Моск. гос. университет печати им. Ивана Федорова. – М.: МГУП им. Ивана Федорова, 2017. С. 250.
4. Бизнес-курс Like Центр [электронный ресурс] – режим доступа: <https://likecentre.ru/speed>.
5. Практический интенсив по созданию и развитию бизнеса [электронный ресурс] – режим доступа: <https://likecentre.ru/concentrat>.