

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.02. Менеджмент

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Предпринимательство

(направленность (профиль) / специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему Бизнес-планирование в системе управления малым предприятием

Обучающийся

Э. И. Шагиева

(Инициалы и Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, Е. А. Потапова

(ученая степень(при наличии),ученое звание(при наличии),Инициалы Фамилия)

Консультант

канд. пед. наук, доцент О. Н. Брега

(ученая степень(при наличии),ученое звание(при наличии),Инициалы Фамилия)

Тольятти 2025

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнила: Э. И. Шагиева

Тема работы: «Бизнес-планирование в системе управления малым предприятием».

Научный руководитель: канд. экон. наук, Е. А. Потапова.

Цель бакалаврской работы – исследовать теоретические и практические аспекты бизнес-планирования в системе управления малым предприятием.

Объектом исследования является ООО «Бил-тек и к» – малое предприятие, занимающееся торговлей автомобильными деталями.

Предметом исследования выступает бизнес-планирование проекта для развития малого бизнеса.

Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка используемой литературы и приложений. Общий объем работы, без приложений, 51 страница машинописного текста, в том числе 23 таблицы, 1 рисунок. Список используемой литературы включает 25 источников.

В первой главе рассмотрены теоретические основы бизнес-планирования и его место в системе управления малым предприятием.

Во второй главе проведен анализ текущей деятельности ООО «Бил-тек и к», выявлены сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы, исследованы предпосылки реализации проекта по развитию бизнеса.

В третьей главе представлен разработанный бизнес-план, а также осуществлены анализ рисков и оценка эффективности предлагаемого проекта.

В заключении подведены итоги проделанной работы и сформулированы рекомендации по дальнейшему развитию предприятия.

Abstract

The title of the graduation work is Business planning in the small business management system.

The graduation work consists of an introduction, three parts, 1 figures, 23 tables, a conclusion, and a list of 25 references including foreign sources.

The aim of this graduation work is development of a business plan for Bil-Tek and k LLC, aimed at optimizing business processes and increasing the competitiveness of the enterprise.

The object of the study is ООО «Bil-Tek and k», a small enterprise engaged in the trade of automotive parts.

The subject of the research is the business planning of a project for small business development.

This paper examines business planning in the small enterprise management system using the example of «Bil-Tek and K» LLC, which trades in automobile parts.

The graduation work may be divided into several logically connected parts which are literature review, results and their discussion and experimental part.

The first part examines the theoretical foundations of business planning and its importance for small business management.

The second part analyzes the current activities of Bil-Tek and K LLC, identifies strengths and weaknesses, as well as opportunities and threats.

The third part presents the developed business plan, including marketing, production, organizational and financial plans, as well as risk analysis and assessment of the effectiveness of the proposed project.

In conclusion, conclusions are drawn on the work done.

Содержание

Введение.....	5
1 Теоретические основы бизнес-планирования в системе управления малым предприятием.....	8
1.1 Сущность бизнес-планирования в системе управления малым предприятием	8
1.2 Методы бизнес-планирования и типовая структура бизнес-плана	17
2 Анализ деятельности ООО «Бил-тек и к» и предпосылок реализации проекта.....	22
2.1 Организационная характеристика деятельности ООО «Бил-тек и к»....	22
2.2 Анализ рынка автозапчастей	26
3 Бизнес-план инвестиционного проекта для ООО «Бил-тек и к»	33
3.1 Маркетинговое, организационное, операционное планирование проекта	33
3.2 Финансовое планирование, оценка эффективности инвестиционного проекта и анализ его рисков.....	42
Заключение	48
Список используемой литературы	49
Приложение А_Бухгалтерский баланс ООО «Бил-тек и к»	52
Приложение Б_Отчет о финансовых результатах ООО «Бил-тек и к».....	54

Введение

Современная экономика является очень динамичной. Потребительский предпочтения постоянно часто меняются под влиянием различных факторов. Конкуренция на многих рынках является очень высокой. Развитие бизнеса возможно только при условии постоянного совершенствования деятельности, что требует грамотного управления и тщательного планирования. Для систематизации идей, определения целей и задач, разработки стратегий необходимо разрабатывать такой документ, как бизнес-план.

Актуальность исследования определяется особой значимостью бизнес-планирования для субъектов малого предпринимательства, функционирующих в условиях ограниченных ресурсов и высокой рыночной неопределенности. По данным Федеральной службы государственной статистики, малые предприятия играют весомую роль в российской экономике, обеспечивая занятость значительной части населения и внося существенный вклад в формирование валового внутреннего продукта страны. Вместе с тем одной из распространенных проблем в данном сегменте остается недостаточный уровень планирования и организации управленческих процессов, что негативно отражается на устойчивости и конкурентоспособности компаний.

Научные труды отечественных исследователей, в частности И. И. Габдрахимова и Э. Р. Дадашева, подчеркивают необходимость стратегического планирования и эффективного управления как ключевых факторов, способствующих долгосрочному росту и формированию устойчивых конкурентных преимуществ. В условиях активного внедрения цифровых технологий и автоматизации хозяйственной деятельности малые предприятия получают новые возможности для развития, однако их реализация требует продуманной подготовки и адаптации бизнес-моделей.

Цель бакалаврской работы – исследовать теоретические и практические аспекты бизнес-планирования в системе управления малым предприятием.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты бизнес-планирования в системе управления малым предприятием;
- проанализировать деятельность ООО «Бил-тек и к», определить ее сильные и слабые стороны, перспективы роста и потенциальные опасности, исследовать предпосылки реализации проекта по развитию бизнеса;
- разработать проект для развития бизнеса;
- осуществить маркетинговое, организационное, операционное и финансовое планирование проекта;
- выполнить анализ рисков предлагаемого проекта и оценить его эффективность.

Объектом исследования является ООО «Бил-тек и к» – малое предприятие, занимающееся торговлей автомобильными деталями.

Предметом исследования выступает бизнес-планирование проекта для развития малого предприятия.

Теоретическая база исследования включает научные труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные вопросам бизнес-планирования, стратегического управления и маркетинга. В работе используются данные из монографий, научных статей и диссертаций, а также учебная литература по теме исследования. Информационная база представлена статистическими материалами, бухгалтерской (финансовой) отчетностью ООО «Бил-тек и к», а также данными из интернет-ресурсов.

В процессе выполнения работы применялись как общенаучные методы исследования (анализ и синтез, сравнение и обобщение, систематизация, абстрагирование, конкретизация, моделирование, прогнозирование), так и специальные методы. Среди специальных методов использовались маркетинговые методы (SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ конкурентов и сегментация рынка), методы финансового анализа, методы экспертных оценок.

Практическая значимость данной работы заключается в возможности применения разработанного бизнес-плана ООО «Бил-тек и к». Результаты исследования могут быть использованы руководством предприятия для принятия управленческих решений, направленных на повышение эффективности деятельности и конкурентоспособности. Кроме того, предложенные рекомендации могут быть полезны другим малым предприятиям.

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

В первой главе рассмотрены теоретические основы бизнес-планирования и его место в системе управления малым предприятием.

Во второй главе проведен анализ текущей деятельности ООО «Бил-тек и к», выявлены сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы, исследованы предпосылки реализации проекта по развитию бизнеса.

В третьей главе представлен разработанный бизнес-план, а также осуществлены анализ рисков и оценка эффективности предлагаемого проекта.

В заключении подведены итоги проделанной работы и сформулированы рекомендации по дальнейшему развитию предприятия.

1 Теоретические основы бизнес-планирования в системе управления малым предприятием

1.1 Сущность бизнес-планирования в системе управления малым предприятием

«Предприятие является ключевым элементом национальной и мировой экономики. Это самостоятельная хозяйственная единица, которая работает на территории государства и подчиняется его законам» [24].

«Бизнес-планирование – это процесс, который заключается в осуществлении действий для достижения главных целей организации. В современном мире, где господствуют рыночные отношения, знание процесса бизнес-планирования становится очень актуальным по ряду причин:

- рыночные отношения сильно подвержены изменениям, поэтому даже предприниматели с большим опытом вынуждены осуществлять свою деятельность таким образом, чтобы иметь высокую конкурентоспособность;
- знания по бизнес-планированию оказывают большую поддержку и опору начинающим предпринимателям, которые только начинают свою деятельность на рынке;
- знания по бизнес-планированию часто используются предпринимателями для получения различных видов государственной поддержки, составления заявок на гранты, субсидии и другие виды вложений» [14].

«Ключевым компонентом организации коммерческой деятельности в условиях общерыночной экономики является бизнес – планирование. В современном обществе бизнес – планы используют повсеместно: банки и спонсоры, у которых предприниматель планирует брать кредиты, для создания и развития своего бизнеса; сотрудники уже действующей организации для развития и формирования целей, задач и перспектив ее

становления; сам предприниматель, для проанализировать своих идей, их реалистичности и целесообразности» [19].

«Бизнес функционирует в открытой деловой среде и для него важно уметь прогнозировать последствия изменения внутренней и внешней политики, мировой среды. Но кроме благоприятных возможностей важно видеть опасности и слабые стороны, которые имеет предприятие. При разработке проекта для нового бизнеса его нужно правильно обосновать с позиции использования ресурсов, издержки, эффективный масштаб производства, инвестиции и их эффективность. В этом случае бизнес-план позволяет определить целесообразность идеи, доходы, затраты, прибыль. Рыночная экономика дает предприятиям широкие возможности методического характера, в частности, по формированию задач и методов реализации бизнес-проектов. Таким образом, с внедрением бизнес-проектов у организаций появляются новые возможности и пути повышения эффективности» [10].

«Среди причин, по которым малый бизнес терпит неудачу, можно выделить некачественное планирование, недостаточное финансирование или управление» [8].

Бизнес-планирование как один из инструментов управления применяется компаниями различных размеров и сфер деятельности. Бизнес-план необходимо для структурирования шагов по достижению целей и реализации предпринимательских идей. С помощью разработки бизнес-плана малое предприятие может более тщательно оценить имеющиеся возможности, ресурсы и пути снижения рисков.

Если предприятие уделяет внимание бизнес-планированию, то оно добивается снижения числа ошибок при осуществлении деятельности, так как возможные проблемы и угрозы прорабатываются до начала непосредственной реализации проекта.

«Малый бизнес имеет свою специфику. Он действует в условиях:

- очень существенных ограничений ресурсов, в том числе финансовых и трудовых;
- низких показателей финансовой устойчивости на фоне, как правило, высокой ликвидности активов;
- серьезной зависимости от платежеспособности населения и конъюнктурных изменений рынка;
- более активного и быстрого взаимодействия с подчиненными и коллегами, благодаря более гибким структурам управления» [1].

По своей сути бизнес-план является картой для предпринимателей, помогающей ориентироваться в постоянно меняющейся рыночной среде. Бизнес-план выступает инструментом для принятия управленческих решений, для привлечения инвестиций, для поиска путей развития и оптимизации затрат.

«Бизнес-планирование представляет определенный порядок этапов и действий, которые связаны с проведением анализа сложившейся ситуации внутреннего и внешнего окружения, формулированием целей проведения планирования бизнеса, непосредственно самой разработкой бизнес-плана, дальнейшим продвижением выбранного бизнес-плана на рынок, воплощением бизнес-плана в реальность, жестким контролем за его выполнением» [2].

«Бизнес-планирование представляет собой систематический процесс определения целей предприятия и разработки стратегий для их достижения. Этот процесс является основой для успешного управления малым бизнесом, так как позволяет предпринимателю структурировать свои идеи, оценить ресурсы и минимизировать риски» [21].

«На малых предприятиях финансовое планирование является частью системы управления финансами, которая минимизирует неопределенность окружающей среды и ее негативное воздействие» [3].

Малый бизнес обычно ограничен в ресурсах и подвержен более высоким рискам, в связи с чем для поддержания устойчивого положения на рынке необходим тщательно проработанный бизнес-план. В условиях жесткой конкуренции четко сформулированный план позволяет предпринимателю действовать более осознанно, принимать обоснованные решения и своевременно реагировать на изменения внешней среды.

Для того, чтобы более подробно разобраться в данной теме, необходимо обратиться к авторам. А. М. Рыбников отмечает, что «бизнес-план разрабатывается будущим учредителем при открытии своего бизнеса чтобы определить, насколько прибыльным может быть его предприятие, проанализировать расходы и возможные доходы, спрогнозировать возможные варианты развития событий и успеть вовремя на них отреагировать» [15]. Данное определение акцентирует внимание на необходимости составления бизнес-плана предприятия, а также на возможные угрозы.

И. И. Габдрахимов данный аспект раскрыл так: «бизнес-планирование является одним из наиболее всеобъемлющих, значимых и эффективных инструментов для реализации функций планирования и управления как для новых, так и для существующих предприятий» [4].

О. Н. Хроменкова рассуждает так: «бизнес-план представляет собой краткое описание целей предполагаемого бизнеса, условий достижения этих целей, показывает, каким образом будут достигнуты эти цели руководством предприятия» [18].

Исходя из перечисленных высказываний можно сделать вывод, что бизнес-планирование является важнейшим инструментом для организации любого масштаба. Оно важно, как для внедрения идей в уже работающий бизнес, так и для открытия нового.

«Бизнес-планирование – это весьма эффективный инструмент управления, применяемый широко в современной экономической практике, независимо сферы деятельности и ее масштабов, а также формы

собственности предприятий среднего и малого бизнеса. Бизнес-планирование рассматривается как рабочий инструмент для вновь создаваемых и существующих предприятий и представляет собой доступное, краткое, понятное описание бизнеса, важнейший механизм при рассмотрении большого потенциально возможного спектра ситуаций. Оно позволяет выявить актуальные проектные решения на перспективу, рассчитать и определить средства для их достижения. Все это и обуславливает актуальность бизнес-планирования в современных предприятиях» [12].

«Предприниматель – это лицо, которое организует и управляет бизнесом, принимая на себя все связанные с этим риски. Успешный предприниматель обладает такими качествами, как энергичность, способность принимать решения, умение устанавливать контакты и работать с цифрами» [22]. «Согласно общепринятому определению, предприниматель – это человек, который организует свое предприятие, управляет им и принимает на себя все связанные с этим риски» [6].

Эффективный предприниматель, как правило, обладает такими чертами, как инициативность, умение принимать обоснованные решения, навыки делового общения и аналитическое мышление. Кроме того, важными качествами являются готовность к постоянному обучению и способность гибко реагировать на изменения, поскольку бизнес-среда подвержена частым трансформациям.

Историческое развитие бизнес-планирования уходит корнями в начало XX века, когда предприниматели начали осознавать необходимость системного подхода к управлению коммерческой деятельностью. Изначально бизнес-планы представляли собой простые документы, охватывающие лишь базовые характеристики функционирования предприятия. Со временем они стали более сложными, включающими аналитические разделы и инструменты прогнозирования.

В период с 1950-х по 1970-е годы наблюдалось значительное развитие методов маркетингового и финансового анализа. В практике

предпринимательства стали использоваться усовершенствованные модели для оценки рыночного спроса и анализа прибыльности. В этот же период началось активное внедрение методик конкурентного анализа, позволивших предприятиям глубже осознавать свое положение на рынке и адаптировать стратегию в соответствии с выявленными рыночными тенденциями.

Бизнес-планирование получило широкое распространение в XX веке. Предприниматели, которые заранее четко прописывали стратегии ведения бизнеса, получали преимущество в лице инвесторов и партнеров. Изначально бизнес-планы были довольно простыми по своей структуре и включали относительно небольшой набор ключевой информации о предприятии и проекте. В России бизнес-планирование получило развитие с постепенным переходом от командно-административной экономики к рыночной, когда частные предприниматели столкнулись с необходимостью самостоятельно привлекать финансирование на развитие бизнеса.

С развитием информационных технологий бизнес-планирование постепенно стало автоматизироваться, часть расчетов стало возможно делать с помощью специальных программ. Эти программы помогали более точно обрабатывать исходные данные и выполнять прогнозирование. Кроме того, в бизнес-планировании стали активно применяться методы статистического анализа, что позволило повысить качество принимаемых решений.

«В современном мире, характеризующемся усилением глобальных связей и распространением цифровых инноваций, разработка бизнес-плана превратилась в необходимый элемент руководства любой компанией, вне зависимости от масштаба ее деятельности. Современные бизнес-планы включают в себя анализ больших данных, использование искусственного интеллекта для прогнозирования и адаптацию к быстро меняющимся условиям рынка» [23].

В таблице 1 представлены основные изменения в истории бизнес-планирования.

Таблица 1 – Основные изменения в истории бизнес-планирования

Период	Основные изменения в бизнес-планирования
Начало XX века	Появление первых структурированных подходов к планированию бизнеса.
1950-1970 годы	Развитие маркетинговых исследований и финансового анализа.
1980-2000 годы	Внедрение компьютерных технологий, автоматизация процессов планирования.
2000 г. – наст. время	Глобализация, использование больших данных и искусственного интеллекта для прогнозирования и анализа рынка.

«Сегодня стратегическое планирование является одной из ключевых функций управления и приобретает все большее значение для бизнеса. Стратегическое планирование – это процесс выбора целей деятельности организации и наиболее эффективных способов их достижения» [13].

«Стратегия представляет собой достаточно сложный и поэтапный процесс. В целом стратегия – это комплекс мероприятий выраженных в выполнении каких-либо действий направленных на достижения целей организации» [20].

Стратегическое бизнес-планирование играет важную роль в системе управления малым предприятием, выступая в качестве основы для формирования стратегии и структурирования бизнес-идей. Оно способствует формулированию четких целей, определению путей их достижения и созданию механизма реализации запланированных мероприятий.

«Подчеркивая важность стратегического планирования, следует отметить, что оно характеризуется определенной степенью неопределенности, временной ориентацией процесса и определенным горизонтом планирования. Степень неопределенности на российских предприятиях определяется как рыночной конъюнктурой, так и текущей ситуацией, которая характеризуется нестабильностью в политике и экономике, несовершенством рыночной инфраструктуры и законодательства. Ориентация на время, особенно интерактивное планирование, учитывает, как

вы знаете, отношение к прошлому, настоящему и будущему. Процесс стратегического планирования на предприятии направлен на определение глобальной цели, выбор соответствующих стратегий на основе методов и моделей стратегического анализа, формирование синергетического бизнес-портфеля, его реализацию с использованием технико-экономического планирования и бизнес-планирования, а также определение основных показателей. стратегического плана. Таким образом, наиболее важным инструментом реализации стратегического плана организации должен быть бизнес-план» [4].

Следует отметить, что чрезмерное внимание к детализации плана может привести к излишней бюрократизации и потере гибкости. В условиях быстро меняющейся рыночной среды предприятия должны быть готовы быстро адаптироваться к изменениям, что не всегда возможно при наличии жесткого плана.

«Однако особую роль в системе внутрифирменного планирования занимает – финансовое планирование. Финансовое планирование позволяет в денежном выражении представить все хозяйственные процессы, протекающие на предприятии. Чем точнее удастся рассчитать, спрогнозировать потребности в финансовых ресурсах, тем больше вероятность получить максимальный финансовый результат. Напротив, необоснованный финансовый план может привести к снижению возможных доходов организации, в худшем случае – к банкротству» [11].

«Эффективность функционирования субъектов малого бизнеса, повышение их конкурентоспособности, темпы развития в значительной степени определяются уровнем управления финансовыми ресурсами. Поэтому одним из важнейших направлений финансовой политики этих предприятий на современном этапе является определение стратегии формирования финансовых ресурсов, которая должна быть направлена на обеспечение роста прибыли, минимизацию финансовых рисков, обеспечение требуемой ликвидности и устойчивое позиционирование на рынке» [5].

В таблице 2 представлены преимущества и недостатки бизнес-планирования.

Таблица 2 – Преимущества и недостатки бизнес-планирования

Преимущества бизнес-планирования	Недостатки бизнес-планирования
Структурирование идей	Возможность излишней бюрократизации
Минимизация рисков	Необходимость постоянного обновления плана
Привлечение инвестиций	Возможная потеря гибкости в условиях быстро меняющейся рыночной среды
Эффективное использование ресурсов	Необходимость значительных временных затрат на разработку и поддержание плана

Главными преимуществами бизнес-планирования являются:

- структурирование идей, это помогает более конструктивно оценить поставленные задачи, а также более осознанно подойти к их решению;
- минимизация рисков позволяет заранее выявить слабые стороны компании и сделать возможные убытки предсказуемыми;
- привлечение инвестиций необходимо для стабильного роста предприятия.

Недостатки бизнес-планирования включают в себя:

- необходимость постоянного обновления бизнес-плана, так как в современном мире происходит быстрая смена тенденций;
- необходимость значительных временных затрат на разработку и поддержание плана обусловлена долгой подготовкой для создания грамотно написанного бизнес-плана.

Тщательно разработанный бизнес-план необходим для минимизации рисков за счет системного анализа угроз и сценарного моделирования; для оптимизации ресурсов за счет четкого распределения финансовых и операционных потоков; для привлечения инвестиций за счет демонстрации четко структурированной стратегии развития.

В условиях кризисов предприятия, уделяющие значительное внимание бизнес-планированию в системе управления бизнесом, демонстрируют большую устойчивость и адаптивность, так как заранее просчитывают варианты развития событий и оперативно перестраивают свою деятельность.

Таким образом, в системе управления предприятием бизнес-план выступает не только одним из формальных документов, а становится инструментом стратегического управления, позволяющим преодолевать сложности и находить новые точки роста.

1.2 Методы бизнес-планирования и типовая структура бизнес-плана

Методология бизнес-планирования включает в себя общие подходы и стандарты, направленные на постановку целей компании и проработку возможностей их достижения с учетом влияния внешних факторов. Основное ее назначение – обеспечение рациональной организации руководящих процессов, нацеленных на максимизацию прибыли при минимальных затратах.

Сформировать качественный бизнес-план невозможно при отсутствии фундаментального понимания принципов бизнес-планирования.

Первым принципом является принцип комплексности. Согласно этому принципу компания представляет собой единое целое в совокупности различных частей, которые действуют совместно и взаимосвязано с остальными.

Следующим принципом выступает принцип целенаправленности, который говорит о том, что любой бизнес-план базируется на четко сформулированной цели, соответствующим ей задачам, а также путям решения этих задач.

Помимо вышеназванных бизнес-план должен соответствовать таким принципам, как: принцип системности, принцип гибкости, принцип точности

принцип актуальности, принцип непрерывности, принцип экономичности, принцип вариантности.

Бизнес-планирование охватывает три ключевых стадии: сбор необходимых данных и их анализ, структурированное формирование содержательной части плана и подготовка пакета документов, предназначенного для представления заинтересованным сторонам, таким как руководство, инвесторы, партнеры.

Для осуществления комплексной диагностики состояния предприятия в процессе бизнес-планирования применяются специализированные аналитические методы и инструменты.

SWOT-анализ направлен на оценку внутренней среды предприятия (его сильных и слабых сторон) и внешней среды (возможностей и угроз). PEST-анализ акцентирует внимание на факторах макросреды предприятия, таких как: политическая ситуация, настроения в обществе, развитие технологий, состояние экономики. Результаты проведенного анализа обеспечивают общую оценку ситуации на рынке, понимание сильных и слабых сторон предприятия и конкурентов, формирование четкого понимания направлений развития бизнеса.

Метод дисконтирования денежных потоков служит оценке прибыльности проекта с учетом временной стоимости денег.

Для прогнозирования результатов деятельности в зависимости от изменений во внешней среде может использоваться метод сценарного моделирования.

Метод расчета точки безубыточности необходимо для определения минимального объема продаж для покрытия всех затрат.

Для первоначального структурирования ключевых элементов бизнеса может быть использован метод бизнес-моделирования.

Подробная диагностика всех сфер предприятия в процессе бизнес-планирования способствует выявлению факторов для повышения конкурентоспособности на рынке и масштабирования бизнеса.

«Одной из самых важных черт организационного управления на предприятиях является способность анализировать, прогнозировать и приспосабливаться к постоянно меняющейся внешней и внутренней среде компании» [17].

Процесс составления бизнес-плана включает в себя несколько этапов:

- изучение ситуации на рынке, выявление потребностей потенциальных заказчиков, сильных и слабых сторон текущего ассортимента товаров, наличие свободных рыночных ниш;
- определение целей проекта в краткосрочной и долгосрочной перспективе, подбор ключевых показателей, которые необходимо достичь;
- выбор подходящей стратегии поведения на рынке;
- определение требований, материальных и финансовых ресурсов, определение цен на необходимые закупки, планирование потребностей в материалах и поставках, персонале и оборудовании в подходящих объемах, программирование будущих модификаций;
- проработка маркетингового, производственного и организационного планов;
- осуществление финансового планирования;
- оценка эффективности проекта;
- анализ рисков.

Разработка бизнес-плана зависит от сферы деятельности организации. В нем подробно описываются основные аспекты деятельности проекта, направленные на получение прибыли. Типовая структура бизнес-плана включает в себя:

- резюме проекта, в котором раскрывается основная идея проекта, его ключевые особенности, основные преимущества, направление деятельности, показатели рентабельности и требуемые инвестиции;

- описание проекта, в котором более подробно излагается суть проекта, указывается его цель, описывается текущее состояние проекта на сегодняшний день, обозначается место реализации проекта;
- анализ рынка, включающий описание рынка сбыта, перспектив развития, оценку емкости рынка и возможных изменений спроса, состояние конкуренции на рынке, а также рыночные перспективы, возможности и угрозы;
- организационный план, который содержит описание общей стратегии развития проекта, сроков его реализации, продолжительности основных стадий, а также распределение обязанностей между персоналом и формируемое штатное расписание;
- маркетинговый план, содержащий данные о том, как будет осуществляться продвижение продукции, какая ценовая политика будет выбрана, какие каналы сбыта будут использоваться;
- производственный или операционный план, описывающий процесса производства, продажи или оказания услуги, в том числе необходимого оборудования, используемых материалов и логистических возможностей;
- финансовый план, содержащий прогноз движение денежных средств, финансовых результатов проекта, расчет основных показателей эффективности проекта;
- оценка рисков, которая включает описание возможных рисков проекта, предполагаемую степень ущерба и меры по их предотвращению или минимизации;
- приложения, содержащие документы, подтверждающие подлинность изложенной в основной части бизнес-плана

информации (таблицы, отчеты, презентации, договора) или дополняющие ее.

Таким образом, в системе управления малым предприятием бизнес-планирование играет роль стратегического координатора. Оно помогает согласовать операционную деятельность и долгосрочные цели развития и является механизмом интеграции, связывающим маркетинговые, организационные, производственные и финансовые аспекты управления в единую систему прогнозируемых показателей. Бизнес-план может выступать как инструмент антикризисного управления. Он необходим для того, чтобы заранее моделировать риски и разрабатывать сценарии развития бизнеса. Качественный бизнес-план должен представлять собой систему управленческих решений, необходимых для обеспечения устойчивости бизнеса в нестабильной рыночной среде.

При осуществлении бизнес-планирования могут использоваться такие методы и инструменты, как SWOT-анализ, PEST-анализ, бизнес-моделирование, экономико-математические методы, бюджетирование, дисконтирование денежных потоков, модель 5 рыночных сил Портера, сегментация рынка и многие другие. Такое многообразие позволяет сделать процесс бизнес-планирования более гибким и вариативным, что позволяет создавать бизнес-планы для различных целей и видов деятельности.

2 Анализ деятельности ООО «Бил-тек и к» и предпосылок реализации проекта

2.1 Организационная характеристика деятельности ООО «Бил-тек и к»

«Бил-тек и к» – это малое предприятие, зарегистрированное 7 июля 2004 года в городе Тольятти Самарской области. Основным видом деятельности предприятия – торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями. Предприятие имеет уставный капитал в размере 10 000 рублей и относится к категории микропредприятий. Руководителем является директор Гареев Сергей Забирович, который возглавляет предприятие с момента его основания.

Общество с ограниченной ответственностью «Бил-тек и к» расположено по адресу: 445039, Самарская область, г. Тольятти, ул. 40 лет Победы, дом 108, офис 297. Регистрация предприятия осуществлена в Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы № 2 по Самарской области. Основным направлением деятельности компании выступает розничная и оптовая торговля автокомпонентами, узлами и аксессуарами. Наряду с этим, в уставе организации зафиксировано еще 11 дополнительных видов экономической деятельности, что создает условия для диверсификации бизнеса и адаптации к изменениям рыночной конъюнктуры.

Система управления в компании строится по централизованной модели: ключевые управленческие решения принимаются высшим руководством. При этом в структуре активов отсутствуют значительные инвестиции в основные средства, что может свидетельствовать о склонности к осторожной, консервативной стратегии развития. Вместе с тем, увеличение численности персонала и рост фонда оплаты труда указывают на расширение масштаба деятельности и активное развитие предприятия.

Организация управляет операционной деятельностью с опорой на систему контроля и анализа ключевых показателей эффективности. Внутренние бизнес-процессы выстроены таким образом, чтобы обеспечивать устойчивое функционирование в условиях высокой рыночной конкуренции, характерной для сферы торговли автомобильными комплектующими.

На протяжении периода своей деятельности ООО «Бил-тек и к» добилась заметных успехов в отрасли. Финансовые показатели предприятия, в частности стабильный рост выручки и валовой прибыли, подтверждают эффективность выбранной стратегии. В 2023 году компания заняла 611 место в региональном рейтинге предприятий Самарской области в сегменте торговли автозапчастями, что свидетельствует о ее высокой конкурентоспособности и деловой устойчивости.

Ассортимент продукции организации включает широкий спектр запасных частей и компонентов, подходящих для различных марок и моделей автомобилей. Такой подход позволяет удовлетворять потребности как частных клиентов – владельцев транспортных средств, так и корпоративных заказчиков, включая автосервисы и технические центры.

Анализ финансового состояния ООО «Бил-Тек и к» выполнен по данным бухгалтерского баланса (Приложение А) и отчетов о финансовых результатах (Приложение Б). Бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах представляют финансовое состояние предприятия и результат деятельности предприятия в целом.

Бухгалтерский баланс состоит из пяти разделов: внеоборотные и оборотные активы, капитал и резервы, долгосрочные и краткосрочные обязательства. Баланс демонстрирует равенство капиталов и пассивов, обеспечивает прозрачность финансовой структуры предприятия.

Отчет о финансовых результатах описывает, как предприятие работало за определенный период. В нем отражаются финансовые результаты: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до нового обложения и чистая прибыль, которая остается после вычета всех налогов и обязательств.

Данный отчет показывает эффективность деятельности предприятия и ее способность генерировать прибыль. Анализируя бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах можно сделать вывод об устойчивости, прибыльности и эффективности управления бизнесом, а также принять обоснованные управленческие решения.

В таблице 3 представлены основные технико-экономические показатели деятельности ООО «Бил-Тек и к» за 2021-2024 гг.

Таблица 3 – Основные технико-экономические показатели деятельности ООО "Бил-Тек и к" за 2021-2024 гг.

Показатели	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Изменение			
				2023-2022		2024-2023	
				Абс. изм (+/-)	Темп прирост а, %	Абс. изм (+/-)	Темп прирост а, %
Выручка, т. р.	10 347,00	14 283	15 969	3 936,00	38,00	1686	11,00
Себестоимость продаж, т. р.	-9 232	-12 880	-14419	-3 648,00	39,50	-1539	11,90
Валовая прибыль (убыток), т. р.	1 115	1 403	1550	288	25,80	147	10,48
Коммерческие расходы, т. р.	-607	-882	-977	-275	45,30	-95	10,77
Прибыль (убыток) от продаж, т. р.	508	521	573	13	2,60	52	9,98
Чистая прибыль, т. р.	462	436	365	-26	-5,63%	-71	-16,28%
Оборотные активы, т. р.	14710	14103	13769	-607	-4,13%	-334	-2,37%
Капитал и резервы, т. р.	4750	4715	4711	-35	-0,74%	-4	-0,08%
Среднесписочная численность, чел.	3	4	4	1	33,33%	0	0,00%
Фонд оплаты труда, т. р.	5 600	6 000	6 000	400	7,14%	0	0,00%
Рентабельность продаж, %	4,91	3,65	3,59	-0,01	-0,20%	-0,06	-1,64%

По итогам анализа таблицы 3 можно сделать следующие выводы:

- выручка увеличилась с 10347 т. р. в 2022 году до 15969 т. р. в 2024 году. Темп прироста равен 54,33% за два года, это может говорить о повышении объема продаж;
- себестоимость продаж выросла с 9232 т. р. до 14419 т. р. Увеличение обусловлено ростом закупочных цен на материалы;
- валовая прибыль выросла на 435 т. р., но эти темпы роста отстают от выручки, что говорит на снижение маржинальности;
- коммерческие расходы за эти года увеличились на 370 т. р., что связано с ростом затрат на маркетинг;
- прибыль от продаж увеличилась с 508 т. р до 573 т. р, но темп прироста прибыли ниже темпа прироста выручки, что говорит о повышении расходов на сбыт;
- чистая прибыль с 2022 по 2024 года снизилась на 97 т. р., ухудшение результатов свидетельствует об увеличении расходов и налоговой нагрузки;
- оборотные активы сократились на 941 т. р., это говорит о эффективном использовании текущих активов;
- среднесписочная численность увеличилась с 3 до 4 человек, что отражает увеличение штата предприятия;
- рентабельность продаж снизилась с 4,91% до 3,59% что означает уменьшение окупаемости затрат.

ООО «Бил-тек и к» демонстрирует положительную динамику в выручке и валовой прибыли, однако снижение чистой прибыли требует внимания. Организации целесообразно обратить внимание на оптимизацию расходов и увеличение доходности, чтобы гарантировать устойчивый рост и успешность в перспективе.

2.2 Анализ рынка автозапчастей

Рынок автозапчастей в Самарской области отличается высокой степенью конкуренции, за счет большого количества ретейлеров автодеталей, активного развития онлайн-торговли, которая позволяет клиентам сравнивать товары различных продавцов.

«По данным Автостата, в 2024 году рынок автозапчастей в России вырос на 15% по сравнению с предыдущим годом и составил 650 млрд. руб. Основной вклад в рост рынка внесли отечественные производители, чья доля в общем объеме продаж увеличилась на 10 процентных пунктов и достигла 45%. Одним из факторов, стимулирующих рост спроса на российские автозапчасти, стал курс на импортозамещение, проводимый правительством РФ. В результате импорт автозапчастей в Россию снизился на 20% по сравнению с 2023 годом» [16]. Это говорит о стабильном росте и уменьшении зависимости от иностранных поставщиков.

«Для снижения цен на автокомпоненты в России, по мнению опрошенных специалистов, пока нет никаких предпосылок. По итогам 2025 года детали для ремонта и ТО машин станут значительно дороже» [7]. Таким образом, ожидается увеличение затрат на запчасти и обслуживание автомобилей.

Среди ключевых тенденций можно выделить устойчивый рост спроса на качественные и сертифицированные комплектующие.

Для ООО «Бил-тек и к» функционирование в условиях насыщенного конкурентного поля обуславливает необходимость постоянного обновления ассортимента, повышения качества клиентского сервиса и гибкого реагирования на изменения рыночной конъюнктуры. Адаптация к изменяющимся предпочтениям целевой аудитории становится важным условием сохранения и укрепления рыночных позиций.

Основную клиентскую базу компании составляют частные автовладельцы и представители автосервисных организаций. В последние

годы наблюдаются сдвиги в потребительском поведении: возрастает интерес к экологичным, износостойким и сертифицированным деталям. Это открывает возможности для расширения линейки продукции за счет включения высококачественных компонентов, соответствующих актуальным запросам рынка. Потребители все чаще делают акцент на надежности и длительном сроке эксплуатации приобретаемых товаров, что требует от организации высокого уровня контроля качества на всех этапах – от выбора поставщиков до отгрузки клиенту.

В целях комплексной оценки положения предприятия в рыночной среде был проведен SWOT-анализ ООО «Бил-тек и к». Его результаты приведены в таблице 4.

Таблица 4 – SWOT-анализ ООО «Бил-тек и к»

Сильные стороны	Слабые стороны
Широкий ассортимент продукции	Снижение чистой прибыли
Опыт работы на рынке	Высокие затраты на рубль выручки
Наличие квалифицированного персонала	Отсутствие значительных инвестиций в основные средства
Возможности	Угрозы
Рост спроса на качественные запчасти	Высокая конкуренция
Развитие онлайн-продаж	Экономическая нестабильность
Возможность расширения ассортимента	Изменения в потребностях клиентов

Среди ключевых препятствий, с которыми сталкивается ООО «Бил-тек и к», следует выделить высокий уровень конкуренции в отрасли, а также потребность в существенных инвестициях в маркетинговую деятельность и продвижение продукции. Для обеспечения устойчивого развития и повышения конкурентоспособности компании требуется формирование эффективной стратегии, направленной на укрепление позиций на уже освоенных рыночных сегментах и поэтапное расширение географии присутствия. В таблице 5 приведен PEST-анализ ООО «Бил-тек и к».

Таблица 5 – PEST-анализ ООО «Бил-тек и к»

Политические факторы	Экономические факторы
Обязательное соблюдение стандартов безопасности и качества.	Колебания рубля влияют на стоимость импортных автозапчастей.
Ограничения на импорт из отдельных стран влияют на доступность продукции.	При снижении доходов клиенты выбирают более дешевые аналоги.
Влияние на стоимость продукции из-за налоговых реформ.	Увеличение цен на автозапчасти из-за роста издержек.
Законы о защите прав потребителей могут усложнять возврат и замену автозапчастей.	Увеличение спроса на комплектующие для поддержания их в рабочем состоянии.
Поддержка автоиндустрии может повысить спрос на запчасти.	Влияние на спрос на ремонтные услуги и автозапчасти.
Социально-культурные факторы	Технологические факторы
Рост потребности в запчастях для ремонта старых авто.	Увеличение спроса на детали для автомобилей с цифровыми системами.
Спрос на компоненты для гибридных и электрических автомобилей.	Повышение эффективности управления запасами.
Предпочтение бюджетных аналогов оригинальным запчастям.	Использование маркетплейсов для продажи автозапчастей.
Увеличение числа покупателей, предпочитающих онлайн-заказы.	Увеличение затрат на производство и ремонт деталей.
Часть клиентов остаются лояльны оригинальным запчастям.	Растущий спрос на комплектующие для электромобилей и гибридов.

ООО «Бил-тек и к» работает на рынке автокомплектующих, где многое зависит от изменений в экономике, политике, технологиях и потребительских предпочтениях. Чтобы сохранять устойчивость, компании важно учитывать колебания валют, появление новых технических решений и перемены в спросе со стороны клиентов.

В числе основных конкурентов можно назвать такие организации, как ООО «Гранд Авто», ООО «УК «Рынок-Ставр», АО «Тольятти Комплект Авто» и ООО «Терминал 63».

ООО «Гранд Авто» продает автозапчасти и делает упор на быстрое выполнение заказов и отлаженную доставку. Благодаря этому фирма успешно реализует крупные партии товара. Их клиентами являются дилеры, магазины автозапчастей и автосервисы.

ООО «УК «Рынок-Ставр» управляет площадкой, где запчасти продают разные продавцы. Здесь можно найти товары как для легковых, так и для

грузовых автомобилей. Основными покупателями являются автосервисы, напрямую сотрудничающие с арендаторами рынка. Основная деятельность компании связана с оптовыми продажами, а также часть товаров доступна в розницу. Покупателями являются автосервисы, приобретающие комплектующие напрямую у арендаторов рынка.

АО «Тольятти Комплект Авто» занимается выпуском и продажей автозапчастей, в том числе для автомобилей марки ВАЗ. Предприятие ориентировано на крупных заказчиков, поставляя продукцию в больших объемах. Клиентами являются: производители автомобилей и крупные автодилеры.

ООО «Терминал 63» занимается продажей автомобильных комплектующих и запчастями оптом и в розницу. Компания работает с физическими лицами и ориентирована в основном на розничную продажу.

Далее в виде таблицы 6 представлен анализ конкурентов ООО «Бил-тек и к». Критерии для оценки предприятий стал объем выручки и ее изменения.

Таблица 6 – Изменение показателей выручки конкурентов 2022-2024 гг.

Показатель, т. р.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Абс. изм., т. р.		Темп прироста, %	
				2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.	2023 г. к 2022 г.	2024 г. к 2023 г.
ООО «Бил-тек и к»	10 347	14 283	15 959	3 936	1 686	38	11
ООО «Гранд Авто»	2 456	2 686	3 171	230	485	9,36	18,06
ООО «УК «Рынок-Ставр»	122 543	129 860	139 083	7 317	9 223	-6,63	7,1
АО «Тольятти Комплект Авто»	55 412	65 096	81 611	9 684	16 515	17,48	25,37
ООО «Терминал 63»	54 786	30 957	26 033	-23 829	-4 924	-43,49	-15,91

Выручка предприятия ООО «Бил-тек и к» увеличивается ежегодно. ООО «Гранд Авто» выручка также увеличивается: к 2023 г. значение

увеличилось на 230 т. р. по сравнению с 2022 г., а к 2024 – на 485 т. р. ООО УК «Рынок-Ставр» рост выручки на 7 317 т. р. к 2023 г., и рост на 9 223 к 2024 г. по сравнению с 2023 г. Выручка АО «Тольятти Комплект Авто» также увеличивается за весь анализируемый период, однако выручка ООО «Терминал 63» снижается. В 2023 г. значение снизилось на 23 829 т. р., а к 2024 г. уменьшилось на 4 924 т. р. по сравнению с 2023 г.

Наибольшие значения выручки по таблице в компании ООО «УК «Рынок-Ставр», а наименьшие – ООО «Гранд Авто». Многие из данных предприятий являются крупными компаниями, которые работают в основном оптом. В текущих реалиях многие магазины переходят в онлайн продажу, используя для этого различные платформы: интернет-магазины, социальные сети, маркетплейсы. Данные инструменты позволяют иметь дополнительный доход.

«Продажи автозапчастей на маркетплейсах с начала 2025 года увеличились почти в два раза. Прирост на Wildberries – почти 100% к маю, на Ozon – 60%, подсчитали аналитики, сообщает портал retail.ru. Резкий рост объясняется в том числе изменениями на рынке – из-за удорожания комплектующих россияне стали чаще интересоваться более дешевыми китайскими аналогами. Многие из них представлены на маркетплейсах причем цены там зачастую ниже, чем в офлайн рознице, говорят эксперты» [9].

«В сфере торговли реализация товаров и услуг осуществляется с учетом обеспечения исполнения обязательств со стороны покупателей, что предполагает получение платежей в соответствии с заранее согласованными условиями договора купли-продажи» [25]. Также необходимо рассмотреть конкурентов, которые применяют онлайн-магазины в своей деятельности. Такими компаниями являются: Exist.ru, Autodoc, Autopiter, AvtoALL. Далее в таблице 7 представлен сравнительный анализ.

Таблица 7 – Сравнительный анализ конкурентов онлайн-магазинов продажи автокомплектующих (по 5-бальной шкале).

Характеристики	Exist.ru	Autodoc	Autopiter	AvtoALL
Техническое оснащение	5	3	4	4
Персонал	5	4	5	5
Услуги	4	3	3	5
Месторасположение	4	5	3	4
Цена	4	5	2	3
Политика лояльности	3	5	3	4
Продвижение услуг	4	3	5	5
Всего баллов	29	28	25	30

Среди четырех компаний лидером, по суммарной оценке, является AvtoALL, выделяющийся высоким качеством услуг, персонала и продвижения, но нуждающийся в проработке ценовой политики. Exist.ru демонстрирует хорошее техническое оснащение и квалифицированный персонал, однако слабая политика лояльности ограничивает ее потенциал. Autodoc выигрывает за счет удачного месторасположения и ценовой политики, но средний уровень технического оснащения и услуг требует улучшения. Основными преимуществами компании Autopiter являются работа с персоналом и маркетинг, но в связи с высокими ценами на товары и неудачным местоположением снижается его конкурентоспособность.

Открытие онлайн-магазина является правильным и обоснованным решением. Появляются возможности работы с клиентами из других регионов, что позволит увеличить продажи. В свою очередь снижаются издержки, так как нет необходимости арендовать помещение и склады. Также программное обеспечение поможет автоматизировать управление заказами, а это исключит риски ошибок и упростит работу.

Онлайн-магазин открывает новые возможности для расширения каналов продаж. На сайте магазина покупатель сможет просматривать каталог продукции, выбирать нужные позиции и оформлять заказ. Это позволит компании расширить количество клиентов и укрепить позиции на рынке. Можно использовать инструменты цифрового маркетинга, например,

SEO-оптимизацию, рекламу в социальных сетях. Все это будет способствовать устойчивому росту бизнеса.

Таким образом, создание интернет-магазина позволит расширить охват клиентскую базу, укрепить позиции ООО «Бил-Тек и к» на рынке. Все больше потребителей предпочитают приобретать автозапчасти через онлайн-площадки, что требует от участников рынка развития цифровых каналов дистрибуции и повышения уровня сервиса в интернет-среде. В условиях стремительной цифровой трансформации это становится важным элементом конкурентной стратегии предприятия.

Подводя итоги второй главы, можно сказать, что в условиях санкционного давления и сложных логистических процессов цена на автозапчасти будет продолжать расти. В связи с ростом спроса на продукцию отечественного производства, а также на подержанные автомобили, пропорционально увеличивается потребность в различных категориях автозапчастей, что способствует дальнейшему развитию рынка комплектующих. Разработка и запуск интернет-магазина позволит увеличить долю ООО «Бил-Тек и К» на рынке и является перспективным направлением для развития бизнеса. В условиях высокой конкуренции необходимо осознавать риски потерь в первые годы работы, из-за отсутствия доверия со стороны клиентов. В дальнейшем, при закреплении на рынке, появятся перспективы получения стабильной прибыли.

3 Бизнес-план инвестиционного проекта для ООО «Бил-тек и к»

3.1 Маркетинговое, организационное, операционное планирование проекта

В целях развития малого предприятия для ООО «Бил-тек и к» предлагается реализовать проект по созданию онлайн-магазина автозапчастей и автотоваров.

Рост электронной коммерции в совокупности с повышенным спросом на автозапчасти создает благоприятные условия для выхода на рынок онлайн-продаж. Увеличение парка автомобилей, особенно в сегменте подержанных транспортных средств, формирует устойчивый спрос на запасные части, расходные материалы и технические аксессуары. Кроме того, изменившиеся потребительские предпочтения, ориентированные на удобство и доступность онлайн-покупок, подтверждают актуальность планируемого проекта.

Разрабатываемый бизнес-план нацелен на обоснование экономической эффективности, определение ключевых аспектов реализации проекта по запуску интернет-магазина.

Рынок автотоваров и автозапчастей для автомобиля показывает стабильный динамичный рост, связанный, как с увеличением числа машин, так и с увеличением времени их использования. Также стоит отметить рост продаж бывших в употреблении машин, которые требуют более частой замены запчастей, чем новые транспортные средства, что делает рынок автотоваров и автозапчастей перспективным.

Целевой аудиторией онлайн-магазина автозапчастей являются:

- люди, которые любят тюнинг и хотят улучшить вид своего транспорта;
- СТО, закупающие детали оптовыми партиями для проведения ремонтных работ;

- владельцы транспортных средств, нуждающиеся в техническом обслуживании и ремонте машин.

Функционал сайта представлен на рисунке 1.

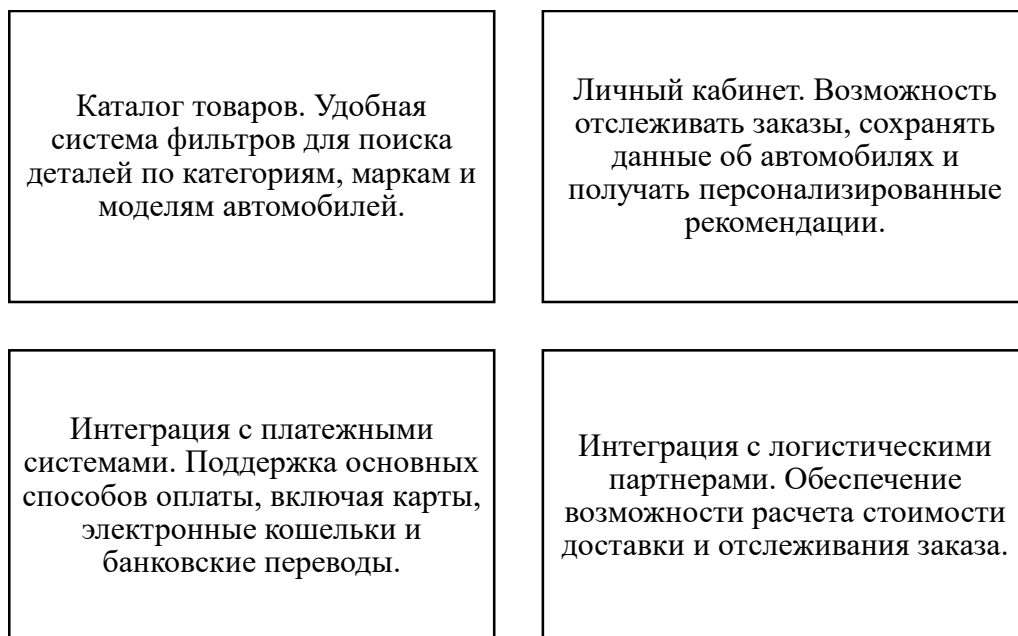


Рисунок 1 – Функционал сайта продажи автокомплектующих

Создание интернет-магазина автозапчастей включает разработку сайта, на котором покупатели смогут быстро находить нужные товары и оформлять заказы из широкого ассортимента. Такой подход поможет сделать покупки удобными и доступными в любое время. Основная задача проекта – создать удобный сервис для клиентов, который поможет быстро находить и покупать автозапчасти и забирать их из точки самовывоза. Концепция онлайн-магазина предусматривает следующие возможности для потребителя:

- удобный поиск автозапчастей по параметрам транспортного средства: модели, марке, году выпуска, что помогает покупателям быстро найти нужные автозапчасти;
- выбор между аналогами и оригинальными деталями;
- помощь менеджера при выборе товара и оформлении заказа;

– разные виды оплаты: онлайн, при получении.

План маркетинга предлагаемого проекта представлен в таблице 12.

Таблица 12 – План маркетинга

Состав плана	Задачи к выполнению
Сбытовая политика	Определение целевого клиента: частные автовладельцы, СТО, автосервисы.
	Установление деловых отношений с поставщиками автозапчастей и комплектующих.
	Организация эффективной системы доставки товаров клиентам (курьерские службы, партнеры логистики).
Ценовая политика	Анализ цен конкурентов и установление конкурентоспособной ценовой политики.
	Определение скидок для постоянных клиентов, оптовых покупателей и автосервисов.
	Введение акций и распродаж для привлечения новых клиентов.
План продвижения	Создание и развитие бренда, который ассоциируется с качественными автозапчастями.
	Сбор обратной связи от пользователей и регулярное обновление сайта.
	Продвижение через SEO, контекстную рекламу и социальные сети, такие как «ВКонтакте», «Дзен».
	Проведение рекламных кампаний, направленных на повышение узнаваемости бренда.
	Организация программы лояльности: бонусы за покупки, персонализированные предложения.
План продаж	Разработка стратегии продаж с учетом сезонного спроса (например, зимние шины и масла).
	Внедрение системы учета клиентских предпочтений для персонализированного подхода.
	Организация круглосуточной поддержки клиентов для оперативного решения вопросов.

В рамках маркетингового планирования было осуществлено планирование объема продаж онлайн-магазина по годам. Ожидается, что в первый год работы доля онлайн-магазинов в общем объеме продаж ООО «Бил-тек и к» составит 20%, что несколько ниже среднерыночных значений. Далее, с ростом известности онлайн-магазина эта доля будет ежегодно увеличиваться.

Прогноз выручки представлен в таблице 13.

Таблица 13 – Прогноз выручки

Наименование	Год				
	2026	2027	2028	2029	2030
Ожидаемая доля онлайн-продаж в выручке	0,20	0,23	0,25	0,30	0,35
Ожидаемая выручка, т. р.	4 000	4 600	5 000	6 000	7 000

Прогнозирование объема продаж за данный период основано на анализе рынка автозапчастей и показателей конкурентов. Меньшие продажи на старте проекта обусловлены выходом на рынок и приверженностью клиентов оффлайн магазину, недостаточное доверие покупателей, не знакомых с компанией «Бил-Тек и к».

Оптимизация сайта для поисковых систем и создание качественного контента, включая статьи, обзоры и инструкции, помогут привлечь органический трафик и увеличить число покупателей.

Согласно исследованиям рынка онлайн-рекламы, в Российской Федерации средние затраты малых предприятий на маркетинг составляет от 15 000 до 50 000 р. в мес. Так как в рамках проекта планируется использование базовых инструментов для привлечения аудитории без взаимодействия с крупными агентствами, то бюджет на маркетинг составит 20 000 р. в мес.

Бюджет на маркетинг необходим для оплаты:

- контекстной рекламы (Яндекс.Директ);

- таргетированной рекламы в социальных сетях (Вконтакте, Дзен);
- SEO – продвижения;
- проведения акций и стимулирующих мероприятий.

Распределение затрат на маркетинг представлено в таблице 14.

Таблица 14 – Затраты на маркетинг онлайн-магазина

Направление	Затраты в месяц, т. р.	Затраты в год, т. р.
SEO	6	72
Контекстная реклама	8	96
Таргетированная реклама	6	72
Итого	20	240

SEO нужна для того, чтобы вывести сайт онлайн-магазина в топ по определенным запросам, например, «купить автозапчасти Тольятти», «автозапчасти онлайн», «детали для машины». Контекстная реклама будет применяться для привлечения моментального трафика по горячим запросам, таким как «купить запчасти на Lada Vesta». Для этого понадобится настройка рекламных кампаний по геолокации, а также тестирование объявлений. Таргетированная реклама поможет обеспечить точечное взаимодействие с целевой аудиторией за счет показа рекламных объявлений пользователям.

В рамках организационного планирования был составлен календарный план проекта, включающий ключевые фазы проекта и ожидаемые сроки их выполнения (таблица 15).

Таблица 15 – Основные этапы организационного плана

Этап	Месяц											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Поиск подрядчика для создания сайта	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Создание сайта	-	X	X	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Релиз и тестирование сайта	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-

Продолжение таблицы 15

Этап	Месяц											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Покупка оборудования	-	-	-	X	-	-	-	-	-	-	-	-
Подбор кадров	-	-	X	X	-	-	-	-	-	-	-	-
Старт продаж	-	-	-	-	X	X	X	X	X	X	X	X

Первый этап – поиск подрядчика для создания сайта, удовлетворяющего требованиям, готового осуществить разработку сайта в рамках установленного бюджета. Далее следует создание сайта. Данный этап включает в себя разработку макетов дизайна сайта, верстку, настройку основных модулей, интеграцию с необходимыми системами и сервисами, наполнение контентом и SEO, запуск и тестирование. Следующий этап – настройка сайта. Он включает в себя верстку шаблона, наполнение предлагаемым ассортиментом продукции, а также тестирование и устранение неполадок. Длительность данного этапа составляет от трех недель до одного месяца. Параллельно с созданием и тестированием сайта будет осуществляться закупка необходимого оборудования, а также подбор дополнительного персонала для интернет-магазина. Подбор и закупка оборудования будет осуществляться в сетевом магазине электроники. Кроме того, будет закуплена необходимая офисная мебель для рабочих мест сотрудников. Подбор сотрудников – один из самых длительных этапов реализации проекта, который включает в себя публикацию вакансий на специализированных ресурсах, собеседование с кандидатами, организацию их обучения. В рамках организационного планирования проекта по созданию интернет-магазина были определены дополнительные штатные единицы, необходимые для реализации предлагаемого проекта.

Для работы интернет-магазина требуются администратор сайта и менеджер по продажам. Администратор будет осуществлять техническую поддержку сайта, обновлять контент, управлять каталогом продукции, обеспечивать безопасность и оптимизацию сайта. Менеджер будет

принимать, обрабатывать заказы и передавать информацию о них соответствующему персоналу ООО «Бил-Тек и К». В таблице 16 представлено штатное расписание проекта.

Таблица 16 – Штатное расписание онлайн-магазина

Должность	Оклад, т. р.	Кол-во персонала	Страховые взносы 30,2%, т. р.	Итого в месяц, т. р.	Итого в год, т. р.
Администратор сайта	70	1	21,14	91,14	1 093,68
Менеджер по продажам	60	1	18,12	68,12	817,44
Итого:	130	2	39,26	169,26	2 031,12

Фонд оплаты труда составляет 169,26 т. р. в месяц или 2031,12 т. р. в год. Планируется ежегодная индексация заработной платы с учетом уровня инфляции.

Для реализации проекта будет использоваться место текущего расположения магазина ООО «Бил-Тек и к», в связи с чем не потребуются дополнительно арендовать иное помещение. В данном помещении есть неиспользуемая площадь, которая может быть выделена под оборудование офиса онлайн-магазина.

Онлайн-магазин будет связан с базой данных склада, что обеспечит контроль наличия товаров в режиме реального времени.

Обработка заказов будет производиться по следующему алгоритму:

- покупатель оформляет заказ на сайте;
- менеджер получает уведомление – через почту или с помощью страницы разработчика;
- менеджер проверяет наличие товара на складе (с помощью персонала основного магазина или через базу данных склада);
- если товар имеется в наличии, заказ упаковывается и готовится к отправлению;
- если товара нет в наличии, менеджер связывается с поставщиками и заказывает необходимый товар для покупателя;

– статус заказа обновляется по мере доставки товара.

Для доставки товара из онлайн-магазина могут быть использованы следующие способы: самовывоз из магазина, курьерская доставка по городу, доставка по России малогабаритных грузов через СДЭК, Почта России – по выбору клиента.

Доставка будет осуществляться за счет покупателя. Магазин, в первую очередь, будет ориентирован на самовывозе. Закупка автозапчастей будет осуществляться у официальных дистрибьюторов по заказу клиента. Техническая поддержка сайта будет осуществляться администратором сайта, который регулярно будет обновлять каталог, фото, цены.

Для открытия онлайн-магазина потребуются небольшие вложения, так как будут использованы мощности действующего офлайн-магазина. Первоначальные затраты для реализации проекта по созданию интернет-магазина представлены в таблице 17.

Создание интернет-сайта онлайн магазина будет заказан у сторонней организации. После завершения работ по созданию сайта по договору имущественные права на сайт как объект интеллектуальной собственности будут переданы ООО «Бил-Тек и к». Сроком полезного использования сайта будет 60 месяцев. Цена разработки сайта обусловлена средней стоимостью по рынку данных услуг, представлена с учетом дизайнерских работ и загрузкой всех доступных товаров.

Таблица 17 – Первоначальные затраты на создание онлайн-магазина автозапчастей

Наименование	Стоимость, т. р.
Разработка сайта с кастомизацией под автотовары	150
Закупка офисной техники (принтер, компьютеры, телефоны, столы, стулья)	150
Канцелярские принадлежности	20
Закупка товаров	25
Итого:	345

Также будет приобретена необходимая офисная мебель и техника для оборудования двух дополнительных рабочих мест, в том числе закупить компьютеры и принтер для печати состава заказов и гарантийных талонов.

Перед началом работы онлайн-магазина будут закуплены популярные товарные позиции для оперативной продажи их обратившимся клиентам. Далее, основная часть товаров будет закупаться после поступления заказов от клиентов.

Итоговая величина первоначальных затрат составит 345 т. р.

Текущие затраты по проекту отражены в таблице 18.

Таблица 18 – Текущие затраты

Статьи затрат	2026	2027	2028	2029	2030
Закупка товара, т. р.	1 600,00	1 840,00	2 000,00	2 400,00	2 800,00
ФОТ, т. р.	2 031,12	2 173,30	2 303,70	2 418,88	2 515,64
Оплата Интернет-услуг, т. р.	12,00	12,84	13,61	14,29	14,86
Оплата хостинга, домена, SSL-сертификата, т. р.	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Оплата лицензий на программное обеспечение, т. р.	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Маркетинг, т. р.	240,00	256,80	272,21	285,82	297,25
Корпоративная связь, т. р.	9,00	9,63	10,21	10,72	11,15
Банковские услуги, т. р.	60,00	69,00	75,00	90,00	105,00

Продолжение таблицы 18

Статьи затрат	2026	2027	2028	2029	2030
Упаковочные материалы, т. р.	30,00	45,00	60,00	67,00	86,00
Итого, т. р.	4 022,12	4 446,57	4 774,72	5 326,71	5 869,90

В состав текущих затрат входят: фонд оплаты труда, оплата интернет-услуг, затраты на маркетинг и продвижение, корпоративная связь для

принятия звонков клиентов, обработки жалоб. В банковские услуги входит оплата интеграции платежных систем на сайте, принятие и обработка безналичного расчета за заказы. Для работоспособности сайта необходимо ежегодная оплата домена (.ru) и хостинга сайта на виртуальном сервере, а также оплата лицензий программного обеспечения, необходимого для бесперебойной работы онлайн-магазина.

3.2 Финансовое планирование, оценка эффективности инвестиционного проекта и анализ его рисков

На основании данных маркетингового плана, операционного плана и производственного плана проекта было осуществлено финансовое планирование.

В таблице 19 представлен прогноз финансовых результатов проекта.

Таблица 19 – Прогноз финансовых результатов проекта

Наименование	2026 год	2027 год	2028 год	2029 год	2030 год
Выручка, т. р.	4 000,00	4 600,00	5 000,00	6 000,00	7 000,00
Текущие затраты, т. р.	4 192,12	4 446,57	4 774,72	5 326,71	5 869,90
Амортизация, т. р.	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Прибыль, т. р.	-222,12	123,43	195,28	643,29	1 100,10
Налог на прибыль, т. р.	0,00	24,69	39,06	128,66	220,02
Чистая прибыль, т. р.	-222,12	98,75	156,22	514,63	880,08

Прогноз движения денежных средств представлен в таблице 20.

Таблица 20 – Прогноз движения денежных средств

Наименование	Год				
	2026	2027	2028	2029	2030
Денежный поток от операционной деятельности					
Поступления, т. р.	4 000,00	4 600,00	5 000,00	6 000,00	7 000,00
Платежи, т. р.	4 192,12	4 446,57	4 799,41	5 365,76	5 998,56
Сальдо денежного потока	-192,12	153,43	200,59	634,24	1001,44

от операционной деятельности, т. р.					
Денежный поток от инвестиционной деятельности					
Приобретение сайта, т. р.	150,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Сальдо денежного потока от инвестиционной деятельности, т. р.	-150,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Денежный поток от финансовой деятельности					
Денежный вклад собственников, т. р.	927,12	0,00	0,00	0,00	0,00
Сальдо денежного потока от финансовой деятельности, т. р.	927,12	0,00	0,00	0,00	0,00
Сальдо денежных потоков за период, т. р.	585,00	153,43	200,59	634,24	1001,44

На основе полученных данных необходимо сделать расчет основных показателей, которые позволят сделать вывод об эффективности внедрения проекта в таблице 21. При расчете была выбрана ставка дисконтирования – 22%.

Таблица 21 – Расчет основных показателей эффективности инвестиционного проекта

Показатель	Значение
NPV	562,90
PI	4,75
IRR	36%
DPP	3 года и 6 месяцев

Чистая приведенная стоимость составляет 562,9 т. р., что является положительным значением. Это говорит о росте стоимости компании при реализации проекта.

Индекс прибыльности равен 4,75, что превышает единицу. Это значит, что вложения целесообразны.

Внутренняя норма доходности на уровне 36%, этот показатель превышает ставку дисконтирования. Можно сделать вывод, что проект способен приносить доход и может быть рекомендован к реализации.

Дисконтированный срок окупаемости составляет 3,5 года, что укладывается в расчетный план (5 лет).

Подводя итоги, по совокупности полученных значений показателей NPV, PI, IRR, DPP, можно сделать вывод, о экономической эффективности проекта.

Для анализа рисков проекта была использована модель 5 сил Портера. Результат анализа представлен в таблице 22.

Таблица 22 – Качественный анализ рисков бизнеса по модели 5 сил Портера

Параметр	Уровень	Описание
Угроза появления новых конкурентов	Высокий	Сфера продажи автокомплектующих через интернет характеризуется низкими барьерами для входа. Потенциальные конкуренты могут легко войти на рынок, используя маркетплейсы, либо готовые платформы для создания собственных онлайн-магазинов. Необходимо отслеживать появление конкурентов и разрабатывать уникальные предложения, связанные с сильными сторонами имеющегося бизнеса (партнерство с местными производителями, удобство самовывоза и т.п.)
Угроза замены товаров	Средний	Существует риск появления альтернативных решений, таких как восстановленные запчасти, продаваемые частными лицами. Они, как правило, имеют более низкую цену, но могут быть плохого качества, а также реже сопровождаются гарантией. ООО «Бил-Тек и к» требуется более внимательно следить за качеством своего товара и предоставлять дополнительные услуги, например, гарантии и послепродажный сервис.

Продолжение таблицы 22

Параметр	Уровень	Описание
Рыночная сила поставщиков	Средний	Уровень зависимости от поставщиков может быть значительным, особенно если речь идет о брендовых или уникальных запчастях, что ведет к риску повышения закупочных цен или задержек в поставках. Для снижения данного риска необходимо заключать долгосрочные контракты и диверсифицировать поставщиков.
Рыночная сила покупателей	Высокий	Покупатели имеют доступ к широкому выбору обычных и интернет-магазинов и сравнивают цены и сервис. При управлении данным риском необходимо внедрять программы лояльности, персонализированные предложения и обеспечивать высокую скорость обработки заказов.
Интенсивность конкурентной борьбы	Высокий	Конкуренция в сфере онлайн-продаж автотоваров и автозапчастей является высокой. Крупные игроки обладают масштабными рекламными бюджетами и узнаваемыми брендами. ООО «Бил-Тек и к» нужно сосредоточиться на предоставлении клиентам уникальных предложений, осуществлении SEO-оптимизации и использовании современных маркетинговых инструментов, которые смогут привлечь и удержать целевую аудиторию.

Основные риски связаны с высокой конкурентной борьбой, значительной рыночной силой покупателей и угрозой появления новых участников. Для минимизации перечисленных рисков ООО «Бил-Тек и к» необходимо диверсифицировать ассортимент, повышать лояльность клиентов, поддерживать конкурентоспособные цены, а также применять современные маркетинговые инструменты.

В рамках подготовки бизнес-плана для определения слабых сторон проекта и угроз также был выполнен SWOT-анализ, результат которого представлен в таблице 23.

Среди значимых рисков были выделены киберугрозы, например, попытки взлома сайта или утечки личных данных клиентов. Подобные инциденты могут повлиять не только на продажи, но и на доверие со стороны покупателей. Для того чтобы этого избежать, ООО «Бил-Тек и к» важно установить надежные системы защиты, а также регулярно обновлять

программное обеспечение, использовать шифрование данных и создавать резервные копии баз данных.

Таблица 23 – SWOT-анализ онлайн-магазина продажи автомобильных комплектующих ООО «Бил-тек и к»

Сильные стороны	Слабые стороны
Широкий ассортимент: возможность предложить клиентам широкий выбор запчастей, не ограничиваясь физическим пространством.	Интенсивная конкуренция: высокая насыщенность рынка аналогичными онлайн-платформами усложняет задачу привлечения и удержания клиентов.
Минимизация операционных расходов: онлайн-формат требует значительно меньших затрат на аренду и содержание помещений по сравнению с традиционными торговыми точками.	Зависимость от цифровых систем: технические сбои в работе сайта или нарушениях в цепочках поставок могут отрицательно сказаться на уровне продаж.
Круглосуточная доступность: пользователи могут оформлять заказы в любое время суток, без привязки к графику работы.	Отсутствие возможности просмотра товара: клиенты лишены возможности оценки продукции, что снижает доверие к покупке.
География продаж: возможность обслуживать клиентов из разных регионов.	Риски перебоев поставок: нестабильность у поставщиков может повлечь за собой срывы сроков и затруднения в выполнении заказов.
Возможности	Угрозы
Растущий спрос на автозапчасти для б/у автомобилей: изменения на рынке увеличивают спрос на комплектующие для поддержанных машин.	Регуляторные изменения: потенциальное введение новых налогов или требований может увеличить издержки и повлиять на финансовую устойчивость.
Технологические инновации: использование новых технологий улучшает качество сервиса.	Киберугрозы: угрозы взлома сайта или утечки данных клиентов.
Расширение перечня товаров за счет добавления масел, шин, автоинструментов.	Появление негативных отзывов из-за задержек доставки или неправильной комплектации заказов, что может снизить лояльность клиентов.
Партнерства: сотрудничество с СТО, автосервисами и транспортными компаниями для увеличения клиентской базы.	Экономическая нестабильность: падение покупательской способности клиентов из-за экономических кризисов.

Жесткая конкуренция на рынке автозапчастей и автотоваров тоже остается серьезным вызовом. Из-за большого числа похожих предложений

может снизиться прибыль, а расходы на рекламу – наоборот, вырасти. Организации важно усиливать свои конкурентные преимущества, такие, как возможность самовывоза, быстрая обработка заказов, более низкие цены за счет сотрудничества с региональными поставщиками.

Еще один риск – негативные отзывы. Выход магазина в Интернет-сеть увеличивает количество обратной связи от покупателей в различных источниках. Ошибки в заказах, задержки или проблемы с качеством сильно влияют на репутацию. Для того чтобы этого не допустить, важно наладить контроль на всех этапах обслуживания и продумать систему компенсаций – например, скидки или возврат средств в случае проблем. Все это поможет сохранить доверие покупателей и избежать конфликтов. Важно учитывать также риски того, что негативные отзывы могут оставлять конкуренты, в связи с чем важно отслеживать появление новых отзывов и своевременно реагировать на них. Если организация не реагирует на негативные отзывы, то это создает впечатление безразличия у потенциальных покупателей. Сбор и обработка обратной связи поможет правильно выбрать маркетинговые инструменты и более грамотно выстроить взаимоотношения с потребителями.

Таким образом, в третьей главе был разработан бизнес-план для проекта по созданию онлайн-магазина автотоваров и автозапчастей. Грамотное планирование позволит обеспечить стратегическое развитие бизнеса, усилить управленческую систему за счет структурирования ресурсов, лучше адаптироваться к изменениям.

В заключение третьей главы следует отметить, что по итогам оценки эффективности предложенного проекта, можно сделать вывод о том, что предлагаемый проект по созданию онлайн-магазина является перспективным и может быть реализован ООО «Бил-Тек и к». Дисконтированный срок окупаемости проекта составит 3,5 года. Реализация проекта позволит организации увеличить число своих клиентов и занять более устойчивое положение на рынке.

Заключение

Планирование – непрерывный процесс установления или уточнения и конкретизации целей развития всей организации и ее структурных подразделений, определения средств их достижения, сроков и последовательности реализации, распределения ресурсов. В управлении планирование занимает важное место, воплощая в себе организующее начало всего процесса реализации целей организации. Это одна из функций управления, представляющая собой процесс выбора целей организации и путей их достижения, а также ресурсов, необходимых для этого.

Объектом выпускной квалификационной работы стало ООО «Бил-тек и к». Основной вид деятельности предприятия – торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями. ООО «Бил-тек и к» в 2024 году показало замедление роста выручки и валовой прибыли. Это говорит о том, что для дальнейшего развития необходимо искать дополнительные способы привлечения клиентов и расширения каналов продаж.

По итогам анализа деятельности ООО «Бил-Тек и к» и рынка, на котором оно работает к реализации был предложен проект по открытию онлайн-магазина автозапчастей и автотоваров, который поможет увеличить количество покупателей и заказов, обеспечив рост выручки и конкурентных позиций компании на рынке автомобильных деталей.

Для предложенного проекта разработан бизнес-план, включающий описание проекта, план маркетинга, организационный план, операционный план, финансовый план, а также выполнена оценка эффективности предложенного проекта и проанализированы его риски.

Результаты проведенной работы показали, что реализация данного проекта является целесообразной и экономически обоснованной. Онлайн-магазин автозапчастей может обеспечить дополнительный доход предприятию, повысить конкурентоспособность бизнеса и увеличить клиентскую базу.

Список используемой литературы

1. Анисимова С. В. Особенности организации и внедрения кадрового планирования в организациях малого предпринимательства / С. В. Анисимова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2021. № 2(54). С. 18-26.
2. Балахонцев В. И. Сущность бизнес-планирования / В. И. Балахонцев, Н. С. Федорова, С. П. Хохлов // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 49. С. 277-281.
3. Батырева, А. М. Финансовое планирование в системе управления бизнесом / А. М. Батырева, А. А. Молдован // Вестник науки и образования. – 2020. № 1(79). С. 24-26.
4. Габдрахимов, И. И. Актуальные вопросы бизнес-планирования / И. И. Габдрахимов, А. Н. Кузяшев, Ю. Я. Рахматуллин // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 2(36). С. 204-206.
5. Грибачев П. А. Развитие методики управления финансами малого бизнеса / П. А. Грибачев // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12, № 4-1. С. 428-433.
6. Дадашев Э. Р. Этапы бизнес-планирования для усовершенствования методов развития малого и среднего бизнеса / Э. Р. Дадашев // Вестник науки и образования. 2020. № 24-4(78). С. 9-13.
7. Дефицит усилится, цены вырастут. Что будет с автозапчастями в 2025 году. // AUTONEWS. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.autonews.ru/news/678927fa9a79478747894a39> (дата обращения 13.05.2025г.).
8. Дорошко А. О. Рекомендации по разработке корпоративной системы управления проектами для малого бизнеса / А. О. Дорошко // Актуальные вопросы современной экономики. 2023. № 2. С. 113-117.

9. Запчасти закручивают на маркетплейсах // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/7831726> (дата обращения 21.06.2025г.).
10. Караева, К. Роль бизнес-планирования в коммерческой деятельности предприятий / К. Караева // Вестник науки.2024.Т. 1, № 8(77). – С. 10-13.
11. КольчугинЕ. А. Особенности финансового планирования на предприятиях малого бизнеса / Е. А. Кольчугин, И. В. Курникова // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики. 2020. № 19(35). С. 112-120.
12. Кузьмичева И. О. Особенности бизнес-планирования в малом предпринимательстве / И. О. Кузьмичева // In Situ.2023. № 1. С. 67-70.
13. Лаптев Е. А. Бизнес-план как инструмент стратегического планирования / Е. А. Лаптев, С. В. Лаптева // Актуальные вопросы современной экономики. 2023. № 3. С. 435-442.
14. Магомедова К. И. Особенности открытия предприятия малого бизнеса в системе бизнес-планирования / К. И. Магомедова // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 6(40). С. 126-128.
15. Рыбников А. М. бизнес-планирование в сфере поддержки малого бизнеса: российский и зарубежный опыт / А. М. Рыбников // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2020. Т. 6, № 4. С. 69-75.
16. Рынок запчастей в 2024 // AUTOSNAB. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.autosnab.ru/news/1/rynok-zapchastej-v-2024-godu-125/> (дата обращения 13.05.2025г.).
17. Сунаева Г. Г. Разработка системы финансового контроллинга на предприятии малого и среднего бизнеса / Г. Г. Сунаева, А. К. Фазылов // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2020. № 4(34). С. 72-80.

18. Хроменкова О. Н. Роль экономического анализа в процессе бизнес-планирования / О. Н. Хроменкова // Сборник научных работ серии «Финансы, учет, аудит». 2020. № 4(20). С. 169-177.
19. Шангина Д. А. Особенности современного бизнес-планирования фирмы / Д. А. Шангина // Журнал У. Экономика. Управление. Финансы. – 2020. № 4(22). С. 273-282.
20. Шишкин А. Н. К вопросу о формировании стратегии на предприятиях / А. Н. Шишкин // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. № 11-3(69). С. 205-208.
21. Caves R. E. Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of Firms // Journal of Economic Literature. 2018. December. P. 194.
22. Hart K. Informal urban income opportunities and urban employment in Ghana // Journal of Modern African Studies. 2015. № 11. P. 61-90.
23. Lafuente A., Salas V. Types of Entrepreneurs and Firms // The Case of New Spanish Firms. Strategic Management Journal. Vol. 10. 2023. 17-30.
24. Management of economic activity of organization: laboratory practical course: textbook / compiled by R. M. Ustaev. Stavropol: NCFU, 2023. 153 P.
25. Ramendra Pratap Singh, does managing customer accounts receivable impact customer relationships, and sales performance? An empirical investigation. Journal of «Retailing and Consumer Services» 2021. V. 60.

Приложение А

Бухгалтерский баланс ООО «Бил-тек и к»

Бухгалтерский баланс						
на		31 декабря	20 24	г.	Коды	
Форма по ОКУД					07100001	
Дата (число, месяц, год)					31	12 2024
Организац я	Общество с ограниченной ответственностью «Бил-тек и к»			по ОКПО	72239959	
Идентификационный номер налогоплательщика				ИНН	6321138146	
Вид экономической деятельности	Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями			по ОКВЭД	45.3	

Местонахождение (адрес): 445039, Самарская область, город Тольятти, ул. 40 лет Победы, д.108, 297

Пояснения ¹	Наименование показателя	Код строки	На 31 декабря 2024 г.	На 31 декабря 2023 г.	На 31 декабря 2022 г.
1	2	3	4	5	6
Актив					
I. Внеоборотные активы					
	Нематериальные активы	1110	0	-	-
	Результаты исследований и разработок	1120	0	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	0	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	0	-	-
	Основные средства	1150	0	-	-
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	-	-
	Финансовые вложения	1170	0	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	0	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	0	-	-
	Итого по разделу I	1100	0	0	0
II. Оборотные активы					
	Запасы	1210	11 914	12 315	12 675
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	0	-	-
	Дебиторская задолженность	1230	1 425	1 613	1 862
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	0	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	430	175	173
	Прочие оборотные активы	1260	0	-	-
	Итого по разделу II	1200	13 769	14 103	14 710
	БАЛАНС	1600	13 769	14 103	14 710

Рисунок А.1 – Бухгалтерский баланс ООО «Бил-тек и к»

Продолжение приложения А

Пассив					
III. Капитал и резервы					
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(0) ²	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	0	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	0	-	-
	Резервный капитал	1360	669	667	665
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	4 071	4 038	4 036
	Итого по разделу III	1300	4 750	4 715	4 711
IV. Долгосрчные обязательства					
	Заемные средства	1410	0	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	0	-	-
	Оценочные обязательства	1430	0	-	-
	Прочие обязательства	1450	0	-	-
	Итого по разделу IV	1400	0	0	0
V. Краткосрочные обязательства					
	Заемные средства	1510	6 506	6 981	7 763
	Кредиторская задолженность	1520	2 513	2 407	2 236
	Доходы будущих периодов	1530	0	-	-
	Оценочные обязательства	1540	0	-	-
	Прочие обязательства	1550	0	-	-
	Итого по разделу V	1500	9 019	9 388	9 999
	БАЛАНС	1700	13 769	14 103	14 710

Рисунок А.2 – Бухгалтерский баланс ООО «Бил-тек и к»

Приложение Б

Отчет о финансовых результатах ООО «Бил-тек и к»

Отчет о финансовых результатах За 2024 г.

Пояснения ³	Наименование показателя	Код строки	За 2024 г.	За 2023 г.
1	2	3	4	5
	Выручка ⁴	2110	15 969	14 283
	Себестоимость продаж	2120	(14 419)	(12 880)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	1 550	1 403
	Коммерческие расходы	2210	(977)	(882)
	Управленческие расходы	2220	(0)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	573	521
	Доходы от участия в других организациях	2310	0	-
	Проценты к получению	2320	0	-
	Проценты к уплате	2330	(0)	(-)
	Прочие доходы	2340	0	-
	Прочие расходы	2350	(117)	(85)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	456	436
	Налог на прибыль ⁵	2410	(91)	-
	в т.ч.: текущий налог на прибыль	2411	(91)	(87)
	отложенный налог на прибыль ⁶	2412	0	-
	Прочее	2460	0	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	365	436
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	0	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода ⁵	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода⁷	2500	365	436

Рисунок – Б.1 Отчет о финансовых результатах ООО «Бил-тек и к» за 2024
год

Продолжение Приложения Б

ИНН 6321138146
КПП 632101001

Форма по КНД 0710099
Форма по ОКУД 0710002

Отчет о финансовых результатах За 2023 г.

Пояснения ³	Наименование показателя	Код строки	За 2023 г.	За 2022 г.
1	2	3	4	5
	Выручка ⁴	2110	14 283	10 347
	Себестоимость продаж	2120	(12 880)	(9 232)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	1 403	1 115
	Коммерческие расходы	2210	(882)	(607)
	Управленческие расходы	2220	(0)	(-)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	521	508
	Доходы от участия в других организациях	2310	0	-
	Проценты к получению	2320	0	-
	Проценты к уплате	2330	(0)	(-)
	Прочие доходы	2340	0	-
	Прочие расходы	2350	(85)	(46)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	436	462
	Налог на прибыль ⁵	2410	0	-
	в т.ч.:			
	текущий налог на прибыль	2411	(87)	(92)
	отложенный налог на прибыль ⁶	2412	0	-
	Прочее	2460	0	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	436	462
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	0	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода ⁵	2530	-	-
	Совокупный финансовый результат периода⁷	2500	436	462

Информация из ресурса БФО
24.06.2025 15:43

ИНН 6321138146

Страница 4 из 6

Рисунок – Б.2 Отчет о финансовых результатах ООО «Бил-тек и к» за 2023
год