



БИЗНЕС-ПЛАН

Бурения скважин на воду

Контакты разработчика

Скачать другие бизнес-планы и заказать индивидуальную разработку под Ваш проект можно по ссылке: <https://bzplan.ru>

Email: enjutin@yandex.ru

Телефон: 8 (908) 124-17-86 (WhatsApp, Viber, Telegram)

НАПИСАТЬ РАЗРАБОТЧИКУ

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	1
1. РЕЗЮМЕ	3
2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА.....	5
3. АНАЛИЗ РЫНКА	7
3.1. Общее описание рынка и его целевых сегментов.....	7
3.2. Swot-анализ	7
3.3. Анализ конкурентов.....	8
4. ПЛАН МАРКЕТИНГА	9
5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	10
5.1. Описание местоположения	10
5.2. График реализации проекта по периодам.....	10
6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН.....	11
6.1. Инвестиционные затраты.....	11
6.2. Операционные затраты проекта.....	11
6.3. Объем оказания услуг.....	12
7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	13
7.1. Налогообложение.....	13
7.2. Прогноз о доходах и расходах.....	13
7.3. Показатели экономической эффективности.....	15
8. АНАЛИЗ РИСКОВ.....	16

1. РЕЗЮМЕ

Данный бизнес-план разработан для реализации проекта по оказанию услуг бурения скважин на воду и содержит описание создаваемого бизнеса и оценку возможности его окупаемости.

Инициатор проекта: Иванов Иван Иванович

Местоположение инициатора проекта: г. Город, ул. Улица, д. 1.

Основным профилем деятельности инициатора проекта станут следующие виды работ:

- бурение водяных скважин;
- чистка водяных скважин.

Цель проекта: получение максимальной прибыли за счет оказания услуг бурения скважин.

Задачами проекта являются:

на 1 этапе деятельности:

- наработка опыта в данном виде деятельности;
- формирование своего контингента заказчиков;

на 2 этапе:

- увеличение объемов оказания услуг.

Социальная эффективность проекта:

- поступление дополнительных доходов в бюджет;
- обеспечение самозанятости и получению прибыли инициатором проекта;
- в рамках дальнейшего развития бизнеса возможно его расширение: регистрация в качестве ООО и создание новых рабочих мест.

Степень успешности проекта оценивается как достаточно высокая, так как в г. Город конкуренты имеются, но потенциальных заказчиков достаточно.

Бизнес-план подготовлен по требованиям программы социального контракта для демонстрационных целей и не является реализуемым проектом

Деятельность по продвижению бизнес-проекта подразделяется на несколько этапов:

- разработка бизнес-плана и других основополагающих документов;
- закупка оборудования и материалов;
- планирование работы;
- проведение рекламной кампании;
- выход на рынок и завоевание доли на нем.

В процессе осуществления деятельности планируется возместить затраты, связанные с предпринимательской деятельностью за счет социального контракта в размере **350 000 рублей**.

Экономические показатели проекта:

- срок окупаемости проекта – 6 мес.;
- рентабельность инвестиций - 226 %;
- чистая прибыль проекта - 792000 руб.;
- количество созданных рабочих мест – 1;
- горизонт бизнес-планирования – 1 год;
- интервал бизнес-планирования – 1 месяц.



2. ОПИСАНИЕ БИЗНЕСА

В рамках реализации проекта Ивановым Иваном Ивановичем планируется ведение деятельности по оказанию услуг бурения скважин под воду.



Бурение – это технологический процесс, направленный на получения отверстия в земных недрах. В отличие от любого отверстия, скважина имеет весьма малую величину соотношения диаметра и глубины.

Общее представление о бурении можно получить от сравнения сверления отверстия с помощью ручной дрели на конце которой сверло, что в бурении называется буровое долото или буровая коронка.

На забое скважины при бурении находится долото, соединенное с бурильными трубами. В верхней части скважины на поверхности земли (на устье) бурильные трубы зажимаются в специальном механизме для передачи им и долоту вращения. Этот механизм называется ротором, а в некоторых бурильных установках – вращателем. При сверлении дерева или металла разрушенный материал извлекается наружу по специальным канавкам сверла. Такой же способ применяется и при бурении скважин. Такой способ бурения называется шнековым. Он применяется при проходе неглубоких скважин – до нескольких десятков метров.

Данная услуга бесспорно принесет положительный эффект и отклик со стороны потребителей, потому что это необходимо людям. Уникальность свойств данной услуги в том, что человек сможет получить отлично проделанную работу при наименьших затратах сил и времени, а так же профессионально и в любом месте.

Большинство людей просто не имеют в собственности необходимое оборудование (бурильная установка), а также опыт в бурении подобных скважин. Поэтому они вынуждены искать подходящих специалистов для выполнения данной работы.

Гидробурение буровой установкой – возможно абсолютно в любом месте и на любом участке и даже внутри самого здания. Это обусловлено тем, что установка для гидробурения является мобильной, легкой и разборной. Установку для гидробурения можно установить в самом удаленном месте участка, куда буровая вышка не сможет заехать в принципе. Установкой для гидробурения можно пробурить скважину прямо в подвале здания, в гараже, в торговой точке и т.д.

Работа с клиентами будет выстроена по следующей схеме:

1. После звонка клиента выезд для консультации, оценки предстоящих работ. Консультация клиента по вопросам технологии бурения, сроков в целом и отдельных этапов. Все это осуществляется бесплатно, быстро и точно.

2. Расчет стоимости.

3. После обсуждения всех вопросов, составлении сметы подписывается договор. В договоре четко прописываются сроки работ, стоимость работ и гарантийные обязательства.

4. Оказание услуги.

3. АНАЛИЗ РЫНКА

3.1. Общее описание рынка и его целевых сегментов

Согласно, проведённого анализа в г. Город имеется 1 организация, оказывающая услуги бурения скважин и 4 частника, выполняющих эти работы в качестве индивидуальных предпринимателей или самозанятых.

Основными заказчиками услуг бурения являются:

1. Дачники. Начало сезона резко увеличивает спрос на скважины;
2. Строители. Одна из первоочередных задач на стройплощадке – наличие воды;
3. Владельцы частных домов. Причины типовые: отсутствие воды или перебои в водоснабжении;
4. Производственники. Малому бизнесу необходимо автономное водоснабжение, которое имеется далеко не везде.

Проведенное маркетинговое исследование рынка показало, что работающая на рынке организация пытается позиционировать себя, как оказывающая более качественные услуги по более высокой цене, но реально разницы между ею и частниками нет.

3.2. Swot-анализ

Сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (O) и угрозы (T) являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом).

Результаты проведенного Swot-анализа приведены ниже.

Сильные стороны	Слабые стороны
- средний уровень конкуренции на рынке;	- низкая информированность потенциальных потребителей о деятельности инициатора проекта;
- высокое качество услуг;	- скачкообразность спроса;
- высокий спрос.	- маленький опыт в сфере рекламы и пиара собственных услуг.

Возможности	Угрозы
- расширение бизнеса, открытие ООО, приобретение дополнительной техники и найм персонала;	- снижение покупательской способности, а, следовательно, и спроса на услуги;
- повышение спроса, а, следовательно, и рентабельности в данном виде бизнеса.	- возможное введение дополнительных норм по ведению данного бизнеса.

На основании проведенного SWOT-анализа можно сказать, что ключевыми факторами успеха для инициатора проекта должны стать высокое качество и приемлемые цены оказываемых услуг.

3.3. Анализ конкурентов

Цель конкурентного анализа – составить представление о конкурентах, выявить их сильные и слабые стороны, а также показать конкурентные преимущества компании.

Согласно, проведенного анализа в г. Город имеется 1 организация, оказывающая услуги бурения скважин и 4 частника, выполняющих эти работы в качестве индивидуальных предпринимателей или самозанятых. Ключевыми конкурентами инициатора проекта станут ООО «Конкурент 1» и ИП Конкурент 2.

Конкуренты	Основные преимущества	Основные недостатки	Основной спектр продукции услуг	Маркетинговые предложения
ООО «Конкурент 1»	Более 10 лет работы на рынке, положительная репутация.	Высокие цены	Бурение и чистка скважин на воду	Позиционирование длительной гарантии на услуги
ИП Конкурент 2	Скорость выезда на объект, высокое качество работ	Злоупотребление спиртным и периодическое отвлечение от работы	Бурение и чистка скважин на воду	Нет

Исходя из результатов исследования, можно четко определить направление работы для повышения конкурентоспособности. По ассортименту и качеству предлагаемых услуг инициатор проекта позиционируется не менее привлекательно, чем основные конкуренты.

4. ПЛАН МАРКЕТИНГА

Ценообразование – важнейшая составляющая маркетингового плана.

Основной метод ценовой политики – стратегия низких цен, так как вначале нужно зарекомендовать себя.

Планируется, что в течение периода реализации проекта цены увеличиваться не будут. В перспективе повышение цен будет зависеть от уровня спроса на услуги бурения скважин на воду, затрат на материалы и уровня цен у конкурентов.

Сопоставление цен инициатора проекта с основными конкурентами приведено ниже.

№ п/п	Наименование услуги	Цена, руб.		
		Инициатор проекта	ООО «Конкурент 1»	ИП Конкурент 2
1	Бурение водяной скважины за 1 м.	1800	2300	2000
2	Чистка водяной скважины	5000	7000	6000

Основным каналом продвижения услуг станет подача объявлений на Авито и использование социальной сети «ВКонтакте». Также в дальнейшем планируется создание собственного сайта-визитки.

При недостаточной загрузке необходимо будет:

1. Понизить цены. Хорошие скидки привлекут внимание клиентов и увеличат вероятность того, что выбор клиентов остановится именно на услугах инициатора проекта.
2. Совершенствовать свои услуги в части скорости выезда и внедрения дополнительных услуг.

При грамотно организованной рекламной компании и ответственной работе инициатору проекта вполне по силам занять до 20% рынка услуг бурения скважин г. Город уже по итогам первого года реализации проекта.



5. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Описание местоположения



Арендовать помещение для реализации проекта не планируется, так как услуги будут оказываться по месту нахождения заказчика.

Для стоянки автомобиля, хранения инструментов и оборудования будет использоваться гараж площадью 34 кв.м., принадлежащий инициатору проекта и находящееся по месту его проживания:

г. Город, ул. Улица, д. 1.

Заявки на услуги будут приниматься по телефону или через Интернет.

5.2. График реализации проекта по периодам

Временные периоды основных этапов реализации проекта будут выглядеть следующим образом.

№ п/п	Наименование этапа проекта	Год			
		1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.
1	Получение социального контракта	v			
2	Регистрация в качестве самозанятости, покупка автомобиля и оборудования	v			
3	Проведение рекламной компании	v	v	v	v
4	Ведение деятельности	v	v	v	v

6. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

6.1. Инвестиционные затраты

Для ведения деятельности планируется осуществить следующие первоначальные вложения.

Наименование оборудования	Цена за ед, руб.	Кол-во	Сумма, руб.
Автомобиль Газель	210000	1	210000
Помпа грязевая	27000	2	54000
Генератор	70000	1	70000
Помпа чистовая	16000	1	16000
Итого			350000

Данные расходы планируется осуществить за счет средств единовременной финансовой помощи - социального контракта.

6.2. Операционные затраты проекта

В рамках проекта планируются также следующие ежемесячные операционные расходы:

№ п/п	Наименование	Сумма, руб.
1	Транспортные расходы	10000
2	Реклама	1000
3	Связь, Интернет	1000
Итого		12000

Найм работников в течение первого года реализации проекта не планируется, все функции будет выполнять инициатор проекта самостоятельно.

7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

7.1. Налогообложение

Организационно правовая форма – самозанятость.

Вид налогообложения: налог на профессиональный доход. Ставка налога 4% от дохода, полученного от физических лиц, 6% от юридических. Нет обязательных взносов. ИП на НПД не обязаны уплачивать страховые взносы, согласно п. 11 ст. 2 закона 422-ФЗ.

Размер налога за год будет составлять из расчета дохода 975000 рублей в год: 39000 рублей ($975000 \times 4\%$).




7.2. Прогноз о доходах и расходах

Прогноз (отчет) о доходах и расходах необходим для оценки эффективности текущей (хозяйственной) деятельности. Его анализ позволяет также оценить размер чистой прибыли, являющейся одним из основных источников денежных средств, для привлеченных на финансирование инвестиционных издержек проекта. Однако наличие и размер чистой прибыли не является единственным критерием успешности реализации инвестиционного проекта, так как используемые в отчете «доходы» и «расходы», как правило, не отражают действительного движения денежных средств в данном интервале планирования.

Прогноз (отчет) о доходах и расходах за первый год реализации проекта представлен ниже.

ЕЩЁ 1000 ГОТОВЫХ БП

ЗАКАЖИТЕ БП ПОД СЕБЯ

+7(908)124-17-86   

Показатели	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.	8 мес.	9 мес.	10 мес.	11 мес.	12 мес.	Итого
Выручка от реализации	41000	64000	87000	87000	87000	87000	87000	87000	87000	87000	87000	87000	975000
Средства соцконтракта	350000												350000
Собственные средства	0												0
Приобретение оборудования	350000												350000
Реклама	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Транспортные расходы	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	120000
Связь, Интернет	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	12000
Прибыль до налогообложения	29000	52000	75000	75000	75000	75000	75000	75000	75000	75000	75000	75000	831000
Налог НПД, 4%	1640	2560	3480	3480	3480	3480	3480	3480	3480	3480	3480	3480	39000
Чистая прибыль	27360	49440	71520	71520	71520	71520	71520	71520	71520	71520	71520	71520	792000
Чистая прибыль нарастающим итогом	27360	76800	148320	219840	291360	362880	434400	505920	577440	648960	720480	792000	

Бизнес-план подготовлен по требованиям программы социального контракта для демонстрационных целей и не является реализуемым проектом

7.3. Показатели экономической эффективности

Расчёт показателей экономической эффективности приведен ниже.

1. **Чистая прибыль проекта** за первый год: 792000 руб.
2. **Рентабельность инвестиций:** $(792000/350000)*100\% = 226\%$
3. **Рентабельность продаж:** $792000:975000 \times 100\% = 81\%$
4. **Срок окупаемости:** $350000/792000 \times 12 = 5,3$

Таким образом, срок окупаемости инвестиций составит 6 месяцев.

8. АНАЛИЗ РИСКОВ

В процессе реализации любого проекта остаются явления, которые могут помешать реализации. Сюда можно отнести события, которые могут произойти с определённой вероятностью и нанести определённый ущерб проекту. Качественный анализ рисков приведен ниже:

Наименование риска (группы рисков)	Возможные последствия реализации риска	Примечания
Недостатки финансово-экономического планирования	Нехватка оборотных средств для реализации проекта	
Недостаточное и несвоевременное финансирование	Нехватка денежных средств для расчетов с поставщиками	
Несвоевременная поставка материалов, комплектующих, оборудования	Срыв графика реализации проекта	
Рост налогов	Увеличение себестоимости услуг и рост их цены	
Рост инфляции	Падение платежеспособного спроса	
Неисправность оборудования	Срыв работы, потеря заказчиков	
Усиление конкуренции	Потеря потенциальных заказчиков, снижение прибыли	
Снижение спроса	Уменьшение прибыли	

Количественный анализ рисков приведен:

Наименование риска (группы рисков)	Вероятность наступления (0-1)	Значимость риска для деятельности предприятия (0-10 баллов)	Оценка риска (2*3)
Недостатки финансово-экономического планирования	0,3	1,0	0,3
Недостаточное и несвоевременное финансирование	0,2	6,0	1,2
Несвоевременная поставка материалов, комплектующих, оборудования	0,5	6,0	3,0
Рост налогов	0,5	4,5	2,25
Рост инфляции	0,5	4,0	2,0
Неисправность оборудования	0,3	7,0	2,1

Усиление конкуренции	0,5	5,0	2,5
Снижение спроса	0,4	6,0	2,4

Меры нивелирования рисков и превентивные меры раскрыты ниже:

Наименование риска	Превентивные меры борьбы с риском
Несвоевременная поставка материалов, комплектующих, оборудования	Работа с проверенными поставщиками
Усиление конкуренции	Расширение рынка сбыта, предоставление скидок клиентам
Снижение спроса	Снижение цен на услуги
Рост налогов	Оптимизация издержек
Неисправность оборудования	Заключение договора на сервисное обслуживание
Рост инфляции	Скидки постоянным клиентам
Недостаточное и несвоевременное финансирование	Поиск дополнительных источников финансирования, инвесторов, обращение в кредитные учреждения
Недостатки финансово-экономического планирования	Обращение к специалистам, получение консультаций у экспертов