

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

**ОТКРЫТИЕ ИП ПО ОКАЗАНИЮ ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент  
очной формы обучения, группы 05001421  
Громадского Ильи Вячеславовича

Научный руководитель:  
доцент  
Маматова Н.А

БЕЛГОРОД 2018

**Оглавление**

<b>Введение</b> .....	3
<b>Глава 1</b> Организационная характеристика ООО «АКСИОМА» .....	5
<b>Глава 2</b> Обоснование экономической эффективности открытия ООО «АКСИОМА».....	20
<b>Заключение</b> .....	28
<b>Список литературы</b> .....	29
<b>Приложение</b> .....	33

**Актуальность** вопросов, связанных с развитием логистической сферы России связана с огромными пространствами, разделяющими производителей и потенциальных потребителей друг от друга.

Роль логистики в экономике России определяется системным взаимодействием основных факторов: экономического, организационно-экономического, информационного, технического и специфического, связанного с регулированием хозяйственных процессов.

Активный интерес, который проявляется к логистике в России, объясняется результатами, которые были получены благодаря применению логистического подхода в экономике развитых стран. В большинстве зарубежных стран активное развитие логистики привело к появлению логистических систем. Активный рост логистических систем привёл к тому, что логистические системы перешли границы одного государства. Сегодня развиваются межгосударственные и транснациональные макрологистические системы, призванные облегчить перемещение через границы информации, товаров, капитала.

Причины возрастания интереса к логистике и логистическим системам обусловлены потребностями развития бизнеса и национальной экономики России. Изначально усилия предприятий в производстве продукции направлялись, в основном, на снижение себестоимости продукции. В настоящее время предложение начинает превышать спрос, поэтому предприниматели и бизнесмены всё больше начинают признавать важность применения в деятельности логистических принципов и подходов. Достижение весомых и значимых результатов в сфере производственно-экономической деятельности сегодня требует непрерывного движения и развития. Компаниям, стремящимся к занятию и удержанию лидирующих позиций в сегментах рынка, необходимо деятельное приложение усилий за удержание своих позиций. Условия непрерывного роста и развития новых перспективных направлений заставляют нивелировать изменения, происходящие в современном

бизнесе. Поэтому предпринимательский проект организации бизнеса в сфере грузоперевозок, является актуальной формой построения бизнеса на современном рынке. Кроме того, актуальность проекта подтверждается и тем, что сегодня деятельность любого предприятия тесно связана с компаниями, оказывающими услуги грузового сервиса.

**Объект исследования** – Общество с ограниченной ответственностью «АКСИОМА».

**Предмет исследования** – экономическая, производственно-хозяйственная деятельность предприятия.

**Цель исследования** – планирование деятельности предприятия ООО «Аксиома».

Для решения поставленной проблематики были поставлены **задачи**:

- дать организационную характеристику объекта коммерческой деятельности ООО «АКСИОМА»;
- разработать план дальнейшего развития ООО «АКСИОМА»;
- рассчитать и планово-экономические показатели развития компании.

**Теоретическо-методологической основой исследования** послужили прикладные работы по данной проблеме, программы, нормативные и другие материалы, касающиеся развития логистических услуг в системе менеджмента организации.

**Методы исследования:** системный, функциональный и маркетинговый подходы; аналитический, статистический и графический методы.

**Эмпирическую базу исследования составили** данные территориальная организация федеральной службы государственной статистики по Белгородской области, а также данные, опубликованные в экономической литературе и периодической печати.

**Практическая значимость** данного проекта состоит в возможности применения выработанных форм и методик на практике.

Предпринимательский проект состоит из введения, 2 глав, заключения, списка литературы, приложений.

## **Глава 1 Организационная характеристика ООО «АКСИОМА»**

Компания «АКСИОМА» существует на рынке грузоперевозок с апреля 2018 года в форме ООО.

Адрес местонахождения компании: Россия, 308009, г. Белгород, Бульвар Свято-Троицкий, д. 17, офис 407.

Директор компании ООО «АКСИОМА» – Громадский Илья Вячеславович.

Компания ООО «АКСИОМА» имеет пакет документов, регламентирующий деятельность в соответствии с действующими законами Российской Федерации в т.ч.:

- 1) свидетельство о постановке на учет Российской организации в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации (приложение 1);
- 2) свидетельство государственной регистрации юридического лица;
- 3) устав предприятия;
- 4) договор об учреждении общества;
- 5) протокол собрания учредителей, содержащий решение о создании общества;
- 6) документы подтверждающие права общества на имущество, находящееся на его балансе.

Уставный капитал компании ООО «АКСИОМА» представлен в денежном эквиваленте и составляет 10 000 рублей.

ООО «АКСИОМА» занимается реализацией услуг в сфере грузоперевозок.

Директор, Громадский Илья Вячеславович, является единственным учредителем и размер его номинальной доли в уставном капитале, в рублях,

составляет – 10 000 рублей или 100 %.

ООО «АКСИОМА» предусмотрено ведение бухгалтерского учета по упрощенной системе налогообложения (УСН) – предусматривает уплату налога по объекту «доходы» (ставка 6%), т.к. позволяет снизить налоговую нагрузку на компанию. Выбор варианта компанией указан в учетной политике предприятия. Основные условия для применения в 2018 году (Закон № 243 от 03.07.16 г.) – численность (не более 100 чел.), совокупный размер выручки за отчетный период (не более 120 млн. руб.), предел выручки в части перехода (не более 90 млн. руб.). В части формирования учета и отражения хозяйственных операций такая система пользуются преимуществом, так как закон освобождает от необходимости вести бухучет. Упрощенная методика предусматривает построение учета со сдачей обязательных отчетов по сокращенному перечню.

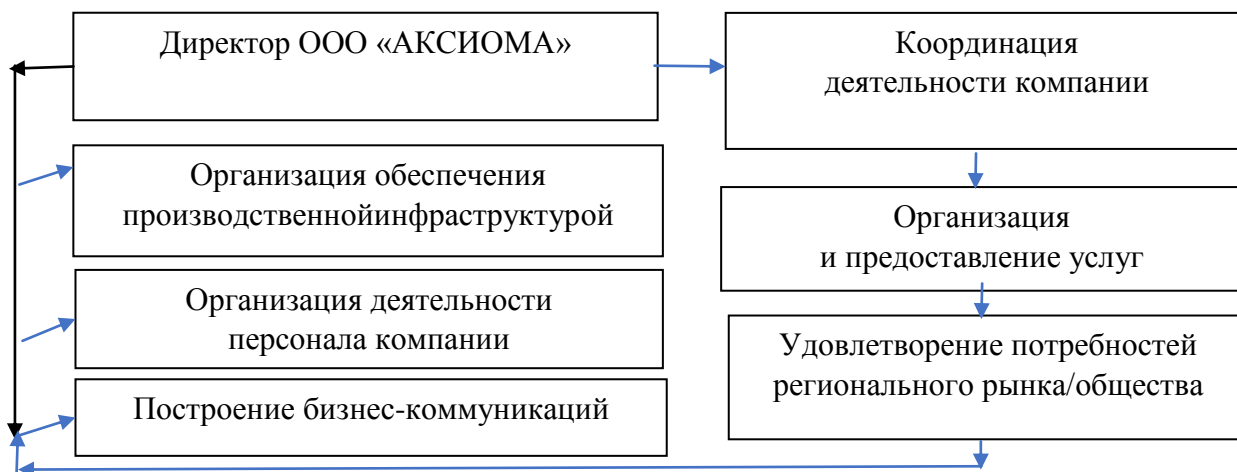
Цель компании:

- 1) организация коммерческой деятельности транспортной компании с высокой доходностью;
- 2) оказание посреднических услуг в транспортировке товара/грузов;
- 3) создание новых рабочих мест;
- 4) удовлетворение спроса потребителей на услуги по транспортировке грузов по стране и за рубежом;
- 5) максимизация эффективности производственно-коммерческой деятельности, минимизация затрат и извлечение максимально-возможной прибыли.

Задачи компании:

- завоевание и удержание определенной доли на рынке;
- овладеть в отрасли, на уровне регионального рынка, одним из лидирующих положений.

На рисунке 1.1 представлена организация управления ООО «АКСИОМА» по задачам.



**Рисунок 1.1 – Система управления по задачам**

**[Источник: составлено автором на основе источников 11, 13]**

Оказание транспортных услуг – это специализация ООО «АКСИОМА». Компания оказывает следующие транспортные услуги:

- перевозку грузов по всей России;
- перевозку рефрижераторных грузов с температурными режимами
- доставку попутных грузов;
- перевозку негабаритных грузов (имеется возможность верхней, боковой и задней загрузки);
- доставку сборных грузов.

Коммерческая деятельность ООО «АКСИОМА» определяется инновационным построением системы управления качеством на основе интеграции лучшей мировой практики в области управления качеством, использовании признанных концепций и методик управления качеством с учетом специфики и технологических особенностей производственно-хозяйственной деятельности ООО «АКСИОМА».

Создание, развитие и успешная деятельность компании основаны на применении бизнес-модели «Canvas», которая аналогична стратегическому плану, реализуемый на практике через организационные структуры, процессы и системы. Данная модель определена 9 блоками, которые

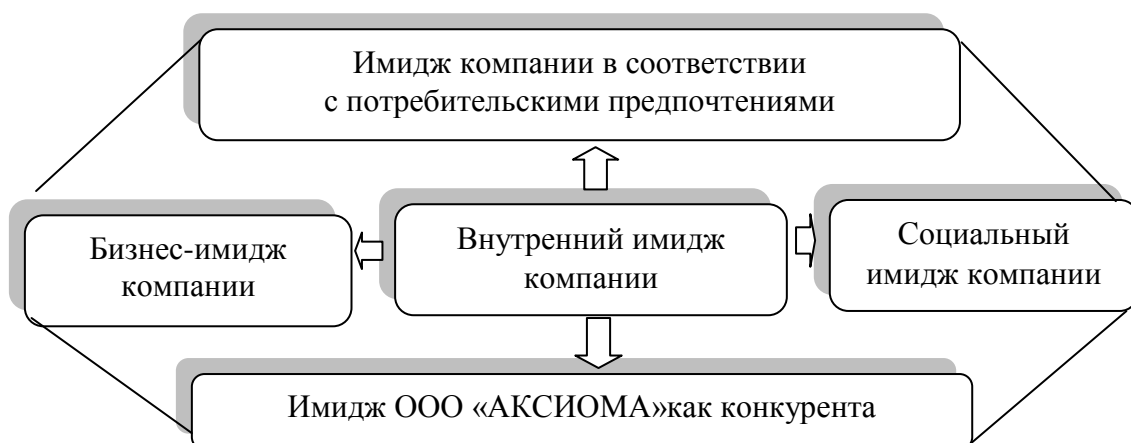
отражают логику действий компании, направленных на получение прибыли. Эти блоки охватывают 4 основные сферы бизнеса: взаимодействие с потребителем, предложение, инфраструктуру и финансовую эффективность компании. Бизнес-модель ООО «АКСИОМА» представлена в таблице 1.1.

**Таблица 1.1 – Бизнес-модель ООО «АКСИОМА»**

<p>8. Ключевые партнеры: – поставщики, производители основных и сопутствующих элементов; – стейкхолдеры;</p>	<p>7. Ключевые действия: – перевозка грузов по России; – перевозка рефрижераторных грузов с температурными режимами – доставка попутных грузов; – перевозка негабаритных грузов; – доставка сборных грузов.</p>	<p>2. Ключевые ценности: – снижение расходов заказчика; – соблюдение сроков заказа; – прозрачность, контролируемость процесса;</p>	<p>4. Взаимоотношения с клиентами: – личные (ответственность несет менеджер); – репутационные (когда компания становится узнаваемой).</p>	<p>1. Сегменты потребителей: – сеть торговых предприятий; – производственные предприятия; – небольшие частные компании.</p>
	<p>6. Ключевые ресурсы; – финансовые; – производственные; – трудовые; – интеллектуальные.</p>		<p>3. Каналы сбыта: – прямые (поиск клиентов, встречи, поддержание отношений); – партнерские каналы (через партнеров и клиентов).</p>	
<p>9. Структура расходов: – высокая доля затрат на продвижение и поиск клиентов; – расходы на ключевые компетенции персонала компании; – формирование дорогостоящего специализированного автопарка; – выход на международный уровень сопровождается высокими затратами на продвижение и сертификацию</p>			<p>5. Потоки доходов: – основной доход от постоянных клиентов; – стоимость услуг соответствует среднерыночным, варьируется от заказчика.</p>	

На рисунке 1.2 представлена модель формирования структурно-корпоративного имиджа ООО «АКСИОМА».





**Рисунок 1.2 – Структура корпоративного имиджа ООО «АКСИОМА»**

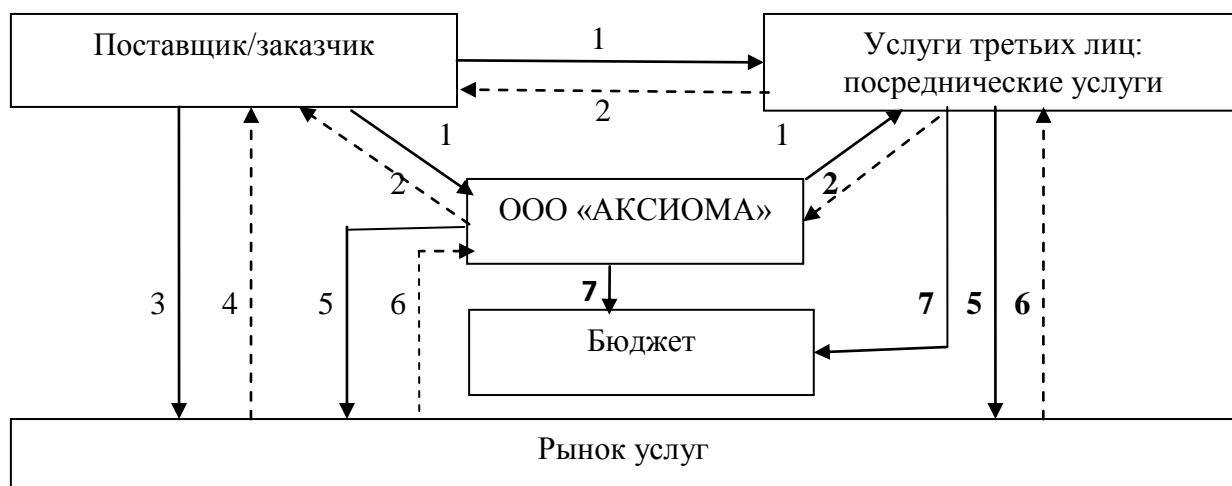
**[Источник: составлено автором на основе источников 15, 27]**

Формирование структурно-корпоративного имиджа ООО «АКСИОМА» или внутреннего имиджа компании состоит из четырех основных компонентов/элементов, каждый из которых не только дополняет другой элемент, но и является неразрывной составляющей общей системы формирования имиджа. Каждый элемент имеет свои заданные параметры, а следовательно обеспечивают свою локальную зону по формированию позитивного имиджа в зависимости от его направленности.

Логистические технологии используемые ООО «АКСИОМА» создают единую систему учета и контроля за формированием и продвижением груза, что позволяет сократить время и улучшить обслуживание потребителей, уменьшить объем документации и сократить число ошибок в ней.

Порядок организации сбыта услуг и каналы сбыта услуг компании, построены в соответствии с системой обеспечения непрерывности транспортно-распределительного процесса, начиная от загрузки и заканчивая доставкой груза грузополучателю в пункт назначения при соблюдении сроков доставки груза и его сохранности.

На рисунке 1.3 представлен процесс функционирования компании на региональном рынке услуг.

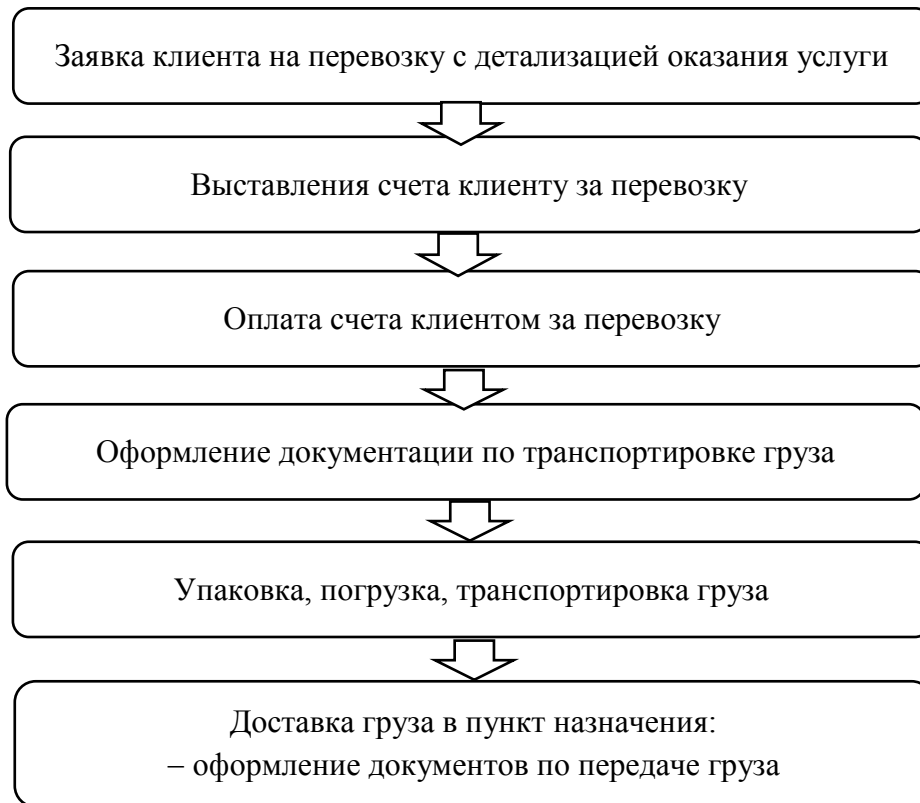


**Рисунок 1.3 – Схема функционирования ООО «АКСИОМА» на рынке  
[Источник: составлено автором на основе источников 15, 27]**

Где:

- 1 – поставщик/заказчик платит деньги за оказание услуг сервиса (перевозку/доставку груза);
- 2 – компания оформляет пакет документов;
- 3 – поставщик/заказчик принимает услугу;
- 4 – поставщик/заказчик удовлетворяет потребность в услуге сервиса (перевозку/доставку груза через рынок услуг/региональный рынок);
- 5 – налоговые отчисления компании в бюджеты всех уровней/местный бюджет инвестируются в развитие рынка (развитие производственной инфраструктуры);
- 6 – рынок формирует новые виды услуг;
- 7 – компания платит налоги в бюджет.

На рисунке 1.4 представлена схема организации процесса оказания услуг ООО «АКСИОМА».



**Рисунок 1.4 – Процесс организации услуг ООО «АКСИОМА»**

**[Источник: составлено автором на основе источников 29, 32]**

Действия ООО «АКСИОМА» по формированию эффективной системы оказания услуг и выбора целевой аудитории основаны на проведенном анализе действующего рынка транспортных услуг на территории Российской Федерации, включая региональный рынок транспортных услуг Белгородской области.

Процесс сегментации потребительского рынка, на котором функционирует объект предпринимательской деятельности, ООО «АКСИОМА», осуществлялся по географическому фактору и с учетом характера оказываемых услуг. Основными представителями/потребителями

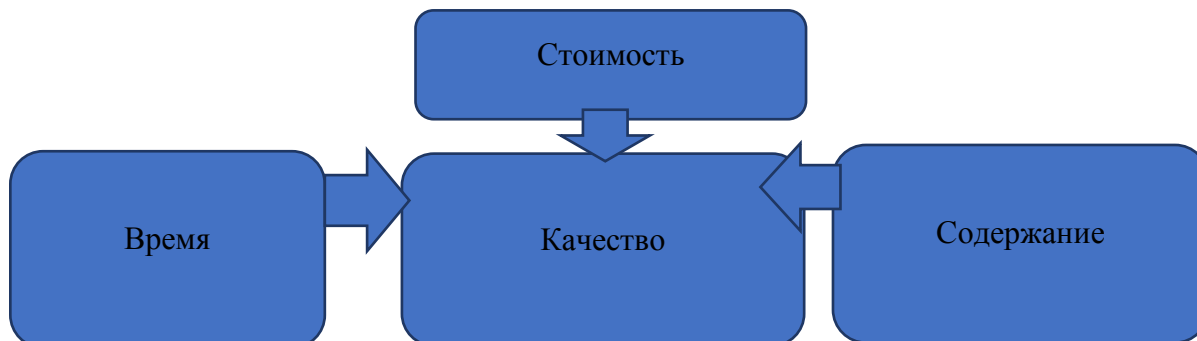
целевой аудитории будут являться:

- юридические лица (поставщики, заказчики);
- частные лица.

Выбор значимых для покупателей услуг, их ранжирование и определение стандартов обслуживания проведен путем проведения опросов потребителей и на этой основе сформирован ряд критериев оценки качества сервиса:

- надежность поставки;
- соблюдение указанного в договоре полного цикла оказания услуг (указания времени (час.) от начала получения заказа и допоставки груза);
- способность учитывать особые пожелания клиентов (гибкость поставки).

На рисунке 1.5 представлена модель параметров управления бизнесом ООО «АКСИОМА».



**Рисунок 1. 5 – Моделирование процесса  
управления коммерческой деятельностью ООО «АКСИОМА»  
[Источник: составлено автором на основе источников 38, 40]**

В основе управления бизнесом лежит связь трёх параметров: времени, стоимости и содержания (набор действий, необходимых для достижения поставленных целей), от которых зависит качество коммерческой деятельности.

При рассмотрении каналов сбыта транспортных услуг учтены специфические особенности услуги и в этой связи определены 2 формы взаимодействия с потребителями/заказчиками услуг:

- прямые продажи;
- продажи через посредников.

Построение маркетинговой системы ООО «АКСИОМА» основано на определении и установлении цели присутствия компании на рынке грузовых перевозок.

Методология ценообразования в системе управления ценовой политикой ООО «АКСИОМА» – основана на анализе издержек производства, мониторинге цен конкурентов.

В компании ООО «АКСИОМА» используется транспортный тариф – цена за перемещение материального объекта в пространстве. Грузовой транспорт, доставляя груз от производителей к потребителю, увеличивает ее стоимость. В основе грузовых тарифов лежат общественно необходимые затраты труда по доставке груза, что определяет стоимость перевозки, денежным выражением которой является транспортный тариф. Затраты на перевозку груза включают в себя затраты на ГСМ, погрузку и разгрузку их на пунктах отправки и прибытия груза, оплата труда водителя, ремонт и износ автомашины, страхование груза. С увеличением расстояния перевозки себестоимость тонна - километра снижается. Это зависит от сокращения доли расхода на начальные и конечные операции, приходящиеся на каждый, тонна-километр.

Грузовые транспортные тарифы определяются как сумма себестоимости тонна - километра грузооборота плюс планируемая прибыль, необходимая для работы транспорта в условиях расширенного воспроизводства.

Для грузового автомобильного транспорта характерна высокая маневренность и скорость доставки грузов. Его преимущество – в доставке

груза без перевалок со склада на склад покупателя. Эффективность автомобильного транспорта зависит также от видов перевозимых грузов, состояния и развитости дорожной сети. Уровень транспортных издержек различается по регионам страны. Тарифные ставки рассчитываются на среднюю дальность перевозки в определенных пределах; средняя дальность перевозки называется тарифным поясом. Совокупность тарифных ставок по поясам формирует тарифную схему.

Себестоимость тонна-километра грузооборота зависит от особенностей каждого вида груза. Так, себестоимость перевозки грузов с небольшим удельным весом значительно выше, чем тяжеловесных грузов. Высокие тарифные ставки устанавливаются на перевозку скоропортящихся продуктов, живой рыбы, мяса и тому подобных грузов. С учетом этих и некоторых других факторов все конкретные виды грузов объединены в разделы, группы и позиции. В отношении большинства видов транспортных услуг применяются свободные цены.

На Белгородском рынке грузоперевозок автомобильным транспортом основную долю занимают предприятия малого бизнеса, осуществляющие до 90% перевозок.

Прямые конкуренты:

- ООО ТК «Деловые линии»;
- ООО «Первая экспедиционная компания» (ПЭК);
- ООО ТЭК «Автотрейдинг»;
- ООО ТрансЛогистик;
- ООО Транс-Групп и др.

Основную долю на рынке осуществляют мелкие частные компании, фирмы-конкуренты примерно равные по своим размерам и объемам производства, и находящиеся в примерно равных условиях.

Косвенные конкуренты:

- ООО КИТ;

- ООО ГлавДоставка;
- ООО Аттента;
- и др.

Белгородский рынок представляет собой многочисленную группу, каждый член группы имеет неоднозначные позиции на рынке:

- продукция компаний лишена выраженных индивидуальных различий;
- низкая дифференциация и стандартизация продукта в отрасли создает для потребителя бесконечное количество альтернатив, приводит к постоянному переключению потребителя от одного игрока к другому;
- низкие барьеры входа и выхода из отрасли увеличивают конкуренцию в отрасли.

В соответствии с проведенным анализом рынка конкурентов г. Белгорода, следует отметить, что в настоящее время в г. Белгороде сфера услуг по грузоперевозкам обладает определенным уровнем конкуренции (с точки зрения анализа проведенного относительно фирм, предоставляющих услуги аналогичные услугам ООО «АКСИОМА»). По данным территориального органа государственной статистики по Белгородской области по состоянию на 2018 год в Белгородской области зарегистрировано порядка 1626 малых и средних транспортных предприятий, в т.ч. по видам оказываемых услуг [13]:

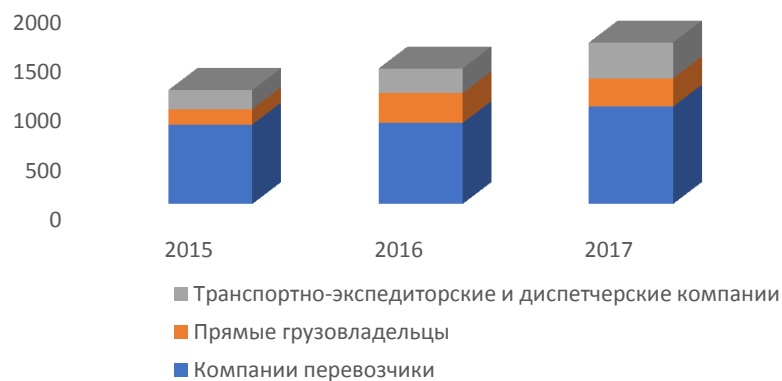
- перевозчиков – 980;
- прямых грузовладельцев – 286;
- транспортно-экспедиторских компаний и диспетчеров – 360.

На рисунке 1.6 представлена динамика изменения количества транспортных компаний в сфере грузоперевозок Белгородской области.



**Рисунок 1.6 – Динамика изменения количества транспортных компаний регионального рынка услуг Белгородской области**  
**[Источник: составлено автором на основе источника 13]**

На рисунке 1.7 представлено изменение количества транспортных компаний по видам услуг.



**Рисунок 1.7 – Изменение количества транспортных компаний по видам услуг Белгородского регионального рынка**  
**[Источник: составлено автором на основе источника 13]**



Исходя из рисунка 1.6, 1.7 можно сделать вывод, что наблюдается рост числа компаний оказывающих услуги в сфере грузоперевозок. Кроме того, особый рост, в связи с благоприятным предпринимательским климатом наблюдается в 2017 году, что говорит о улучшении предпринимательской деятельности.

Основные требования компании при формировании и найме персонала компании:

- к специалисту – опыт работы в транспортной отрасли;
- к бухгалтеру – опыт работы в бухгалтерии не менее трех лет;
- к водителям – стаж работы на большегрузных автомобилях не менее 10 лет.

Главная трудность подбора и найма штата сотрудников сопряжена с дефицитом высококвалифицированных кадров.

В таблице 1.2 представлен штатный формуляр сотрудников компании.

**Таблица 1.2 – Штат сотрудников**

Должность	Количество человек
Директор	1
Бухгалтер	1
Специалисты/логисты	6

Зона ответственности персонала компании предусматривает:

- директор. Без доверенности действует от имени общества, в том числе представляет его интересы и совершает сделки; осуществляет общее руководство производственным процессом и принятием решений по всем вопросам, связанным с его обеспечением, регулирует взаимоотношения с клиентами, заключает договора, принимает решения о приеме новых сотрудников; координирует деятельность компании;

- бухгалтер. Ведет бухгалтерский и налоговый учет, где закреплены методы учетной работы, отвечающие интересам компании (связано с тем, что

себестоимость транспортных услуг зависит от состава затрат); занимается регулированием финансовой деятельности организации и ведением бухгалтерского учета, отвечает за взаимоотношения с банками, налоговыми и финансовыми органами.

– специалисты/логисты. Выполняют текущую деятельность фирмы (организацию доставки груза, его перегрузку, хранение; занимаются обработкой поступивших заказов, осуществляют поиск новых клиентов, выбирают оптимальные варианты доставки. Зона ответственности определяется координацией взаимодействия всех участников доставки грузов, составлением технологически и экономически обоснованных транспортно-технологических маршрутов и схем доставки грузов с учетом пожеланий и требований грузовладельцев; обеспечением соблюдения в процессе транспортно-экспедиционного обслуживания условий договоров, требования нормативных правовых актов и международных договоров по вопросам перевозки и транспортно-экспедиторской деятельности, безопасности труда, пожарной, санитарной, экологической и другой безопасности и т.д.;

– водители осуществляют непосредственную доставку груза, контролируют его сохранность в пути, отвечают за правильность заполнения документом получателем груза, контролируют процесс загрузки/разгрузки автомашины, несут ответственность за сохранность груза.

Таким образом, логистические услуги и грузоперевозки, осуществляемые ООО «АКСИОМА» позволяют организовывать и реализовывать экономически выгодное движение объектов грузов в системах создания стоимости одного или нескольких предприятий. При этом логистические услуги в совокупности с доставкой груза обеспечивают целостность цикла движения объектов. Они заполняют информационные, финансовые и интеллектуальные разрывы, возникающие на стыке таких основных процессов как: «производство»; «транспортировка и хранение»; «хранение и реализация»; «интеллектуальное и финансовое обслуживание»

движения объектов на всем пути их следования. При этом услуги являются общей, востребованной для всех объектов деятельностью, связывающей их в единый процесс движения, экономящей затраты в цепочке создания стоимости каждого, участника, увеличивая инновационность и конкурентоспособность продвигаемого ими объекта.

Источником логистических услуг ООО «АКСИОМА» является логистическая деятельность специализированных его структур, а их основными потребителями выступают торговые, транспортные, промышленные, экспедиторские и складские компании.

Для экономической системы ООО «АКСИОМА» характерен рост объемов реализации логистических услуг, который обусловлен развитием и глобализацией экономики, увеличением объемов перемещения товаров, ужесточением требований безопасности в цепях поставок, ростом квалификации и технологического оснащения логистического персонала, использованием функций инновационного менеджмента.

## **Глава 2 Обоснование экономической эффективности открытия ООО «АКСИОМА»**

В настоящее время грузовые перевозки являются необходимостью для перемещения товара, и особым спросом пользуются такие транспортные услуги, как автомобильные перевозки. Это один из наиболее привлекательных способов для того, чтобы быстро и качественно перевезти свой груз. Автомобильные перевозки — это перевозки грузов и пассажиров сухопутным транспортом по безрельсовым путям.

Основные сферы целесообразного применения автомобильных перевозок – развоз и подвоз грузов к магистральным видам транспорта, доставка промышленных и сельскохозяйственных грузов на короткие расстояния, внутригородские перевозки, доставки грузов для торговли и строительства. На дальние расстояния автомобильные перевозки применяются для перевозки скоропортящихся, особо ценных, требующих быстрой доставки, неудобных для перегрузки другими видами транспорта грузов. Достоинство автомобильных перевозок в маневренности и гибкости, недостаток — достаточно высокая стоимость перевозок. Автоперевозки являются одним из наиболее популярных видов доставки грузов в связи с чем ООО «АКСИОМА» определила направление своей коммерческой деятельности в совокупности с оказанием логистических услуг. С этой целью, на начальном этапе вывода ООО «АКСИОМА» на рынок составлен список перевозчиков, с которыми предполагается сотрудничество. Подобный сервис сегодня оценивают в семь-десять процентов от стоимости совершенной сделки.

Организация коммерческой деятельности:

- помещение: аренда;
- грузоперевозки: Российская Федерация, г. Белгород и районы Белгородская области, страны СНГ;

– режим работы: заявки принимаются 6 дней в неделю, доставка осуществляется круглосуточно.

Ориентировочная стоимость начала деятельности: 2 200 000 руб. материальная часть.

Финансирование: открытие за счет собственных средств.

Развитие компании за счет получения кредита в перспективе на ближайшие 5 лет.

Срок окупаемости: 1,4 месяца.

Персонал: специалисты в области логистики и перевозки грузов.

С начала деятельности компании (также и по мере наступления фазы развития компании и установления/развития контактов с партнерами) организована активная маркетинговая и рекламная деятельность, которая реализуется посредством следующих мероприятий:

- рекламы услуг компании в СМИ;
- создании собственного сайта предприятия.
- распространении информации о деятельности компании по радио.

В таблице 2.1 представлен план создания компании с момента начала финансирования.

**Таблица 2.1 – График релизов ООО «АКСИОМА»**

Содержание мероприятий	Максимальные сроки
Регистрация и оформление необходимых разрешительных документов, заключение договоров	1 месяц
Запуск рекламной компании	1 месяц
Подбор помещения	1 месяц
Приобретение машин и оборудования	1 месяц
Подбор персонала	1 месяц
Достижение полной загруженности	3 месяца

После входа компании на региональный рынок услуг и перехода компании в фазу развития, предполагается организация представительств компании в других населенных пунктах Белгородской области.

Формирование основных критериев развития бизнес-площадки компании основано на выработанной и применяемой в рамках ведения бизнеса эффективной модели бизнес-планирования, которая подразделяет плоскость функционирования и ведения бизнеса в рамках компании, на внутреннюю и внешнюю среду.

Деловая активность компании в первую очередь направлена на эффективность использования всех видов ресурсов и качественную систему управления по связям и задачам, связанных с возможностями экономического роста и развития в прогнозном периоде.

**Таблица 2.2 – Бюджет расходов материально-технического обеспечения компании ООО «АКСИОМА»**

Статья расходов	Сумма, руб.
Техническое оснащение офиса	200 000
Материальное оснащение центра	60 000
Рекламные расходы	40 000
Прочие расходы	10 000
Итого:	310 000

Исходя из представленных данных в таблице 2.2, следует, что для оснащения и открытия компании в г. Белгороде всем необходимым для работы потребуется 310 000 руб. При этом исходим из расчета, что себестоимость 1 км определена в размере 18,8 руб. Исходя из этого, будут проводиться переговоры с наемными перевозчиками.

Кроме того, в затраты основного периода будут входить и другие затраты.

В соответствии с таблицей 2.3 представлены затраты производственно-хозяйственной деятельности компании.

**Таблица 2.3 – Затраты производственно-хозяйственной**

**деятельности компании ООО «АКСИОМА» (мес./руб.)**

Статья затрат (месяц)	Сумма, руб.
Заработная плата сотрудников	250 000
Коммунальные расходы	10 000
Обслуживание систем телекоммуникации	18 000
Расходы на рекламу	26 000
Аренда офиса	27 500
Прочие расходы	30 000
Всего в месяц:	361 500

Для прогнозирования структуры доходов компании были учтены:

- конъюнктура рынка транспортных услуг Российской Федерации в целом, и складывающиеся тенденции развития регионального рынка услуг Белгородской области;
- средний уровень цен на данные услуги в указанный период;
- общие условия финансирования данного проекта и ведения бизнеса в форме ООО;
- наименьший уровень рентабельности компании до наступления полной окупаемости.

Стандартные задачи, которые выделяет ООО «АКСИОМА» это:

- а) оптимизация затрат, связанных с логистическими операциями отдельных звеньев логистической системы и общих затрат;
- б) сокращение времени доставки готовой продукции и материальных ресурсов;
- в) управление запасами готовой продукции и материальных ресурсов;
- г) обеспечение высокого уровня качества сервиса.

В таблице 2.4 представлен планируемый объем выручки компанией ООО «АКСИОМА» по периодам реализации плана.

**Таблица 2.4 – Доход компании ООО «АКСИОМА» по мере расширения диапазона границ оказания услуг по годам**

Период	Вид услуг (условия перевозки)	Физические объемы в месяц (часы)	Цена (в руб./ч)	Выручка (в руб.)
В пределах г. Белгорода				
1 год 1-12 месяц (инвестиционный период)	4 часа и более	808	500	404 000
	6 часов и более	680	750	510 000
	8 часов и более	500	1200	600 000
	Итого	1988		1 514 000
В пределах населенных пунктов				
2 год 13-24 месяц (производственный период)	4 часа и более	865	500	432 500
	6 часов и более	728	750	546 000
	8 часов и более	535	1200	642 000
	Итого	2 127,16		1 620 500
За пределами населенных пунктов				
3, 4, 5 год 24-60 месяц (производственный период, расширения географии передвижения грузов)	До 500 км	123,5	14 000 – 20 250	1 572 900
	от 500 до 1000 км	123,5	22 300 – 35 800	2 505 405
	Итого	247,0		4 078 305

Анализ безубыточности производства оказываемых транспортных услуг представлен в таблице 2.5.

**Таблица 2.5 – Расчет точки безубыточности реализации услуг ООО «АКСИОМА»**

Наименование показателя (без НДС)	Руб./мес.
Выручка от реализации (без НДС)	1514000
Постоянные издержки (без НДС)	131100
Прямые издержки (без НДС)	368900
Общая сумма затрат (без НДС)	500000
Итого точка безубыточности	173 334,55

В соответствии с произведенными расчетами NPV (исходя из шага периода) по проекту данные полученных результатов сведены и представлены в таблице 2.6.



**Таблица 2.6 – Расчет NPV**

Шаг периода	Приток денежных средств по проекту (руб.)	Инвестиции проекта (руб.)	Чистый поток денежных средств (руб.)	Дисконт	Дисконтированный чистый поток денежных средств (руб.)	NPV (руб.)
0 период	0	2200000	- 2200000.00	1.000	- 2200000	- 2200000
1 период	1514400	0	1514000.00	0.9346	1414984	-785016
2 период	1620500	0	1620500.00	0.8734	1415345	630329
3 период	4078305	0	4078305	0.8163	3329120	3959449
Итого:	7212805	2200000	5012805	-	-	3959449

Проведенные расчеты и их экономическое обоснование показало, что период окупаемости проекта при среднемесечном денежном потоке в размере 1 567 250 рублей в месяц и инвестиционных вложениях в размере 2 200 000 рублей составил немногим более чем 1 месяц.

Из проведенной диагностики работы предприятия следует, что данный бизнес является прибыльным и перспективным. Важнейшим условием успешного функционирования и развития компании по оказанию услуг в сфере грузовых перевозок является наличие современного парка транспортных средств и квалифицированный персонал. За указанный период было приобретено 1 транспортное средство, затраты на которое окупились уже ко второму месяцу деятельности компании. Общая совокупность затрат, с учетом подготовительного периода, окупилась к концу второго месяца.

Основываясь на результатах проведенного анализа сформулированы направления развития компании:

- увеличение прибыли компании за счет расширения собственного автопарка. В связи с тем, что в настоящее время компания использует только одно собственное грузовое средство, то компания находится в зависимом от водителей, предоставляющих свой транспорт в аренду. Кроме того, по

договорным обязательствам с водителями, объем прибыли компании от арендованных и привлекаемых автомобилей в 5 раз меньше, чем от собственного автомобиля. Учитывая введение в действие с 2016 г. тарифов по системе «Платон» для грузовиков свыше 12 тонн, выросли цены на грузоперевозки. В направлении стратегии развития компании заявлено увеличение прибыли, и чтобы этого добиться, необходимо расширять собственный автопарк. При этом необходимо сохранить существующую систему работы с водителями и наработанные направления.

Планирование развития компания предполагает прогнозный расчет NPV на ближайшие 5 лет. Шаг периода 1 год. Данные произведенных расчетов сведены в таблицу 2.7.

**Таблица 2.7 – Прогнозный расчет NPV на 5 лет**

Шаг расчетного периода	Приток денежных средств по плану развития (тыс. руб.)	Инвестиции по плану развития (тыс. руб.)	Чистый поток денежных средств (тыс. руб.)	Дисконт	Дисконтированный чистый поток денежных средств (тыс. руб.)	NPV (тыс. руб.)
0	0	2200	- 2 200	1.000	- 2 200	- 2 200
1	12 112	-	12 112	0.9091	11 011	8811.019
2	19 446	3 000	16 446	0.8264	13 590	22401.99
3	48 939	10 000	38 939	0.7513	29254	51666.86
4	49 000	-	49 000	0.6830	33467	85123.86
5	50 000	20 000	30 000	0.6209	18627	103750.86
Итого:	179 497	35 200	144 297	-	-	103750.86

По данным плана развития рассчитан прогноз чистого потока денежных средств с учетом инвестиционных вложений в приобретение основных средств – транспорта. Из таблицы 2.7 видно, что компания по мере того, как наращивает собственный капитал, устраивает каникулярный период от инвестиционных вложений;

- расширение географических направлений грузоперевозок.

Расширение географических направлений грузоперевозок, объясняется тем, что для вновь приобретенных автомобилей необходимо будет наработать постоянные маршруты передвижения для стабилизации доходов и прибыли. Новые направления сопряжены с более высокими тарифами на перевозки, и выбор новых направлений отразится на выборе нового транспортного средства. Таким образом, обосновано сформулированное направление развития компании.

Выделим основные этапы развития ООО «АКСИОМА» на ближайшие 5 лет:

- 1) расширение собственного автопарка;
- 2) расширение географии грузоперевозок;
- 3) решение кадрового вопроса;
- 4) реализация рекламных компаний.

Основными показателями достижения целей развития в краткосрочном периоде, в течении 2 лет, будут:

- покупка двух грузовых автомобилей;
- получение постоянных заказов по направлениям с тарифом от 40 рублей за километр;
- трудоустройство двух высокопрофессиональных водителей;
- увеличение объема прибыли в 3 раза.

Выполнение плана по реализации плана развития предполагает параллельное выполнение этапов, так как промежуточные результаты каждого из них влияют на выполнение мероприятий других этапов.

## Заключение

В наше время грузовые перевозки являются необходимостью для перемещения товара, и особым спросом пользуются такие транспортные услуги, как автомобильные перевозки. Это один из наиболее привлекательных способов для того, чтобы быстро и качественно перевезти свой груз в любую точку.

Традиционный рынок транспортных компаний велик, динамично растет и предоставляет массу возможностей. Конкуренция на нем усиливается и, чтобы удержаться в этом сегменте, необходима серьезная концентрация ресурсов. И самое важное в этом – не вид или структура компании, а качество предоставляемых ею услуг.

Целевой группой ООО «АКСИОМА» являются потребители услуг, а именно:

- крупные товаропроизводители;
- торговые компании, которым необходима перевозка грузов автомобильным транспортом;
- частные лица.

Преимуществами компании являются:

- надежные водители. Предприятие выбирает в команду только настоящих профессионалов, надежных и проверенных людей, которые никогда не оставят груз без внимания;
- страхование автомобильного средства и груза.

Основные параметры проекта по открытию ООО «АКСИОМА» предусматривает предоставление услуги по грузовым перевозкам автомобильным транспортом. Но данный бизнес – проект не является окончательным вариантом руководства к действию, а показывает лишь потенциальную возможность развития такой бизнес – идеи. Поэтому при реализации настоящего проекта возможно изменение первоначальных допущений.

## Список литературы

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (с изменениями от 23.07.2013) // Собр. Законодательства РФ – ст. 7.
2. Российская Федерация. Государственная Дума. Гражданский кодекс Российской Федерации. [Текст] Части первая, вторая, третья и четвертая: по состоянию на 31 января. 2016 г. : офиц. текст / М-во юстиции Рос. Федерации. – М. : Юрайт, 2016. – 480 с. – (Правовая б-ка).
3. Абалонин, С.М. Конкурентоспособность транспортных услуг [Текст] : учеб. пособие. / С. Абалонин.– Москва : ИКЦ «Академкнига», 2004. – 172 с.
4. Авилова, Е. Д., Проблемы и перспективы рынка транспортных услуг в России после вступления в ВТО [Текст] / Е. Д. Авилова, Т. В. Ваганова, С. А. Ширяев, В. А. Гудков, А. А. Раюшкина // Молодой ученый. – 2013. – №5. – С. 29-31.
5. Алесинская, Т. В. Основы логистики. Функциональные области логистического управления [Текст] / Т. В. Алесинская. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. –116 с.
6. Ансофф, И. Стратегическое управление (пер. с англ.) [Текст] / И. Ансофф. – Москва : Экономика, 2013. – 358 с.
7. Ахрем, Т. П. Правовой статус операторов железнодорожного подвижного состава [Текст] / Т. П. Ахрем // Транспортное право / – 2012. – № 4.– С. 43-56.
8. Балалаев, С. А. Маркетинг транспортных услуг [Текст] / С. А. Балалаев, Н. К. Балалаева. – Хабаровск : ДВГУПС, 2011. – 175 с.
9. Блэк, Дж. Экономика. Толковый словарь [Текст] / Дж. Блэк. – Москва : ИНФРА-М., «Весь Мир». Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М. 2000. – 840 с.
10. Вельможин, А.В. Грузовые автомобильные перевозки, 3-е 61 изд. [Текст] / А. В. Вельможин, А. В. Куликов, В. А. Гудков, Л. Б. Миротин – Москва : Горячая линия – Телеком, 2015. – 560 с.

11. Веретенникова, И. И. Экономика организации (предприятия) [Текст] : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. И. Веретенникова, И. В. Сергеев, – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2014. – 671 с.
12. Галяутдинов, Р. Р. Матрица Ансоффа: пример, построение и стратегии [Текст] / Р. Р. Галяутдинов // Предпринимательство. – 2014. – № 5. – С. 25-31.
13. Давленов, Т. Х. Особенности рынка транспортных услуг [Текст] / Т. Х. Давленов // Экономика развития. – 2017. – № 3. – С. 12-19.
14. Дудина, Е. В. Транспортная логистика: снижение затрат на транспортировку грузов [Текст] / Е. В. Дудина, О. Н. Неврова // Вестник ОрелГИ – ЭТ. – 2011. – №2(16).
15. Емельяненко, И. С. Имидж как элемент повышения конкурентоспособности предприятия розничной торговли [Текст] / Молодой ученый. – 2013. – №4. – С. 208-209.
16. Зарубин, А. Как определить размер рынка [Текст] / А. Зарубин // Генеральный директор. – 2010. – № 8. – С. 24-33.
17. Ивуть, Р. Б. Единая транспортная система и география транспорта [Текст] / Р. Б. Ивуть, Н. В. Стефанович. – Минск.: БНТУ, 2009. – 76 с.
18. Ильичева, И. В. Маркетинг [Текст] : учебно-методическое пособие / И. В. Ильичева. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 229 с.
19. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ [Текст] : учебное пособие / А. П. Карасев. – Москва : Юрайт, 2015. – 323 с.
20. Катаев, А. В. Объем транспортного рынка и его оценка [Текст] / А. В. Катаев // Экономист. – 2014. – № 4. – С. 22-28.
21. Комарова, В. В. Ценообразование на транспорте [Текст] : учеб. пособие / В. В. Комарова, О. Б. Кадунова – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2009. – 133 с.
22. Кочетков, А. А. Экономическая теория [Текст] : учебник для бакалавров / А. А. Кочетков. – Москва : Дашков и Ко, 2013. – 697 с.
23. Левкин, Г. Г. Организация интермодальных перевозок [Текст]: конспект лекций / Г. Г. Левкин. – Москва : Директ-Медиа, 2014. – 178 с.

24. Саушкин, О. В. Общий курс транспорта [Текст] : конспект лекций / О. В. Саушкин. – Воронеж : ВГЛТА, 2012. – 233 с.
25. Майборода, М. Е. Грузовые автомобильные перевозки [Текст] / М.Е. Майборода, В.В. Беднарский – Изд. 2-е. – Ростов на Дону : Феникс, 2009. – 442 с.
26. Маринченко, А. В. Геополитика [Текст] : учебное пособие / А. В. Маринченко. – Москва : ИНФРА-М, 2012. – 429 с.
27. Мейлер, Л. Е. Общий курс транспорта [Текст] : учебное пособие / Л. Е. Мейлер. – Калининград : БГАРФ, 2010. – 184 с.
28. Панкрухин, А. П. Маркетинг: большой толковый словарь [Текст] / А. П. Панкрухин – Москва : Омега-Л, 2010. – 436 с.
29. Пеньшин, Н. В. Организация транспортных услуг и безопасность транспортного процесса [Текст] : учебное пособие / Н. В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2014. – 476 с.
30. Пеньшин, Н. В. Общий курс транспорта [Текст] / Н. В. Пеньшин, – Тамбов.: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 132 с.
31. Рыжикова, Т. Н. Анализ деятельности конкурентов [Текст] : учебное пособие / Т. Н. Рыжикова – Москва : Инфра – М, 2015. – 267 с.
32. Семчугова, Е. Ю. 2013 Уровень логистического сервиса перевозок пассажиров легковыми автомобилями [Текст] / Е. Ю. Семчугова. // «Таксвестник» ТОГУ. – 2013. № 2(29)
33. Сухарев, А. Я. Большой юридический словарь, 3-е изд. [Текст] / А. Я. Сухарев, В. Е. Крутских, А.Я. Сухарева. – Москва : Инфра-М. 2009. – 858 с.
34. Телятникова, В.С. Методика проведения маркетингового исследования рынка транспортных услуг в современных условиях [Текст] : автореф. 63 дис. канд. эконом. наук / В. С. Телятникова. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2011. – 21 с.
35. Телятникова, В. С. Маркетинговое исследование как инструмент обеспечения конкурентоспособности на рынке транспортных услуг [Текст] :

автореф. дис. канд. эконом. наук / В. С. Телятникова – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2011. – 23 с.

36. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования [Текст] / Д. В. Тюрин. – Москва : Юрайт, 2015, – 342 с.

37. Чернышова, И. А. Сервис на транспорте [Текст] / И. А. Чернышова. – Хабаровск : ДВГУПС, 2010. – 38 с.

38. Шевченко, О. В. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности [Текст] / О. В. Шевченко, И. М. Волохов. – Ульяновск : УлГТУ, 2009. – 95 с.

39. Юдина, Я. А. Исследование рынка транспортных услуг при разработке инвестиционной стратегии АТП / Я.А. Юдина // сб. материалов всероссийской научно-технической конференции /Уральский государственный лесотехнический университет. – Екатеринбург, 2013. – Т.П. – С. 103-122.

40. Стратегии роста предприятия в маркетинге [Электронный ресурс] / <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/matrica-ansoffa/opisanie-strategij/>

41. Как усилить позиции компании на рынке [Электронный ресурс] /<http://delovoyimir.biz/2016/03/26/kak-usilit-pozicii-kompanii-na-rynke.html>