

**Международный конкурс адаптированных бизнес-планов для
предпринимателей и самозанятых с ограниченными
возможностями здоровья**

Номинация «Лучший бизнес-план для самозанятых с ограниченными
возможностями здоровья»

*Бизнес – проект
Сервис салонов красоты
«СалонСервис»*

Автор: Корабликова Елена Андреевна
Студентка 1 курса ГПОУ ТО
«Алексинский машиностроительный техникум»
Телефон 89029067968
Email dorofeya1410@yandex.ru

Алексин
2021

Содержание

Резюме бизнес-идеи.....	3
Описание компании.....	3
Целевой рынок.....	6
Планирование рабочего процесса.....	7
Маркетинговый план.....	9
Устойчивое развитие.....	13
Технико-экономическое обоснование проекта.....	15
Приложение 1.....	19
Приложение 2.....	20

Резюме бизнес-идеи

Компания «СалонСервис» представляет идею организации бизнеса по обслуживанию предприятий индустрии красоты в г.Алексин : заточка парикмахерских и маникюрных инструментов. Силами самозанятого с ограниченными возможностями здоровья будут организованы все основные бизнес-процессы. Автор проекта является ребенком-инвалидом и ориентировалась на себя, генерируя и описывая идею. Данная идея подойдет для различного рода категориям людей с нарушением слуха, например, речи, возможно задержкой развития, нетотальным нарушением работы опорно-двигательного аппарата, если исключить доставку. Поскольку задействованы в основном зрение и ручной труд.

Прямых конкурентов у «СалонСервис» нет. Со временем компания планирует обслуживать все салоны красоты, парикмахерские, студии маникюра и частных мастеров в этой сфере родного города.

Эта идея является довольно привлекательной еще в силу минимальности вложений – 175713 рублей, а соответственно и быстрой окупаемости – не более 2 месяцев. Оформлен бизнес будет в качестве самозанятого, налоговый режим – НПД. Рентабельность продаж компании весьма велика и достигнет 85%. Анализ устойчивости развития, рисков и финансовых прогнозов бизнеса продемонстрировали хорошие шансы на успех организации.

Описание компании

«СалонСервис» решил воплотить в жизнь проект сервиса для салонов красоты по заточке парикмахерских и маникюрных инструментов. Реализация этой идеи будет осуществляться в городе Алексин. Всем известно, что бизнес в сфере красоты на данном этапе развит очень мощно, а вот вопросы по обслуживанию таких предприятий в нашем городе стоит остро. Предложение «СалонСервис» состоит в постоянном сервисе студий красоты и салонов. В заранее оговоренные дни член команды мастер будет

посещать салон, забирать инструмент для заточки и возвращать их уже готовые к работе по истечении 1 суток. Своего офиса у компании не будет, достаточно домашней маленькой мастерской. Территориальные передвижения в районах обслуживания будут происходить на общественном транспорте. ОКВЭД 95.29.43.

Идея заняться обслуживанием салонов красоты родилась, когда знакомый владелец салона красоты пожаловалась, что в родном городе нет подобного, инструменты часто приходится возить в Тулу, ждать там, чтобы забрать или возвращаться на другой день. Дополнительно был проведен анализ реализуемости идеи на основе метода тестовой оценки, ведь этот метод довольно прост, но дает объективную оценку будущего проекта, нужно честно ценить возможности хотя бы по 14 вопросам (Приложение 1). Подсчитав общее количество набранных баллов можно сделать определенные выводы и дать рекомендации по бизнес-идее- эта идея имеет право на существование и готова к реализации (42 балла). Обучиться мастерству заточки возможно и онлайн, но курсы вживую, например, в Школе заточки «Цех» будут более оптимальным решением.

Миссия предприятия: «Мы позаботимся, чтобы ваша работа была комфортной и бесперебойной».

SMART-цели компании сформулированы в таблице 1.

SMART-цели

Таблица 1

S	Specific	Определенная	Сервис салонов красоты по ремонту оборудования и заточки инструментов
M	Measurable	Измеримая	Достижение уровня прибыли в районе 100 000 рублей в месяц, продажи более 25 услуг в месяц
A	Achievable	Достижимая	Наличие некоторых необходимых ресурсов, небольшой размер стартового капитала

R	Realistic	Реалистичная	Прогнозы по уровню спроса подтверждаются собственными исследованиями, а также оценкой специалистов, что интерес населения к отрасли красоты позволит поддержать стабильные продажи «СалонСервис»
T	Timed	Определенная по времени	Окупить первоначальные затраты за 2 месяца

Для достижения целей предприятия команде необходимо решить ряд задач:

- Развивать странички в социальных сетях;
- Заработать максимально позитивный имидж среди посетителей первых заказчиков;
- Расширять список потенциальных клиентов.

Лицензирование и дополнительные разрешения для реализации деятельности компании не требуются.

Таким образом, можно сформулировать конкурентные преимущества бизнес-идеи:

- Удачная ориентация на незанятую нишу в городе, обещающую стабильный спрос;
- Отсутствие расходов на штат и помещение позволит сэкономить средства;
- Решение проблем с основными средствами труда мастеров;
- Сервис с выездом и гарантией;
- Предоставление на время ремонта подменного оборудования.

В качестве идеи для масштабирования бизнеса «СалонСервис» возможен переезд в Тулу, где самозанятая будет продолжать обучение, и организует офис сервиса салонов красоты, которых в областном центре предостаточно, а конкурентов не так много.

Целевой рынок

Для правильного общения с клиентами, а также экономии времени и денег при продвижении услуги компании для бизнес-проекта важно верно определить свою целевую аудиторию. У наших услуг в основном будут покупатели, пользующиеся нашим сервисом для нужд бизнеса, хотя не исключено обращение для ремонта и заточки обычных любителей. В основном целевые группы предприятия относятся к сфере b2b, продвижение именно им будет приоритетной задачей.

По данным сервиса Яндекс.Карты в Алексине 24 салона красоты, 23 парикмахерских, 2 студии маникюра. Дополнительно команда промониторила сайт объявлений Авито, там нашлось 33 предложения маникюрных и парикмахерских услуг на дому.

Таким образом, в Алексине 49 организаций, подходящих в качестве клиентов «СалонСервис». В каждой из них в среднем по 3 мастера, плюс частные 33 специалиста, у каждого в среднем по 4 комплекта инструментов, итого 720 комплектов по 2 инструмента. Объем рынка значит составил 1080 услуг раз в месяц. Учитывая, что средняя цена на заточку физического лица составит 175 рублей, стоимостное выражение целевой аудитории составило 239000 рублей. Учитывая отсутствие конкуренции, доля компании составит 62%.

Команда видит свою целевую аудиторию таким образом (таблица 2):

Целевые группы

Таблица 2

Критерий	Салоны красоты, парикмахерские	Студии маникюра	Частные мастера на дому
Географический	Алексин	Алексин	Алексин

Социально-демографический	Женщины 20-60 лет, независимо от семейного положения, работающие мастерами ногтевого сервиса и парикмахерами	Женщины 20-60 лет, независимо от семейного положения, работающие мастерами ногтевого сервиса	Женщины 20-60 лет, независимо от семейного положения, работающие мастерами ногтевого сервиса и парикмахерами
Психологический	Принимающие по 4-5 клиентов в день с редкими выходными	Принимающие по 4-5 клиентов в день с редкими выходными	Принимающие по 3-4 клиентов в день с редкими выходными
Поведенческий	1 раз в месяц	1 раз в месяц	1 раз в 2 месяца

Портрет типичного потребителя выглядит таким образом: девушка 25 лет, не замужем, мастер ногтевого сервиса с доходом среднего уровня, нашедшая «СалонСервис» от коллег и желающая использовать их сервис не менее раза в месяц.

Планирование рабочего процесса

Ежемесячные постоянные расходы фирмы составят (таблица 3):

Постоянные расходы

Таблица 3

Наименование	Сумма
Маркетинг	2000
Связь и интернет	1000
Вывоз мусора (в коммунальные услуги)	1000
Итого	4000

При условии обслуживании запланированного количества заказов переменные расходы составят (таблица 4):

Переменные расходы

Таблица 4

Наименование	Сумма
Транспорт	1200
Оплата электричества	2400
Налоги	5186
Расходники	5000
Итого	13786

В числе бизнес-процессов предприятия компания определила для себя 3 группы:

1. Управляющие – продвижение, управление рисками.
2. Поддерживающие - финансы, перемещение.
3. Операционные – производственные процессы-заточка, выравнивание.

Для управляя бизнес-процессами проекта команда применит метод бенчмаркинга. Его применяют, сопоставляя бизнес-процессы собственного предприятия с аналогичными бизнес-процессами иных, более успешных предприятий. Это позволит осуществлять усовершенствование процессов, даст возможность использовать опыт разных компаний в этой сфере. Структурировать бизнес-процессы «СалонСервис» будет с помощью методологии IDEF0. Она известна простотой понимания, лаконичностью и высокой информативностью.

Схема предоставления услуги:

- Достижение договоренностей с заказчиком по частоте, количеству, срокам и цене обслуживания
- Осуществление обслуживания согласно графику
- Производство услуги
- Возврат инструмента и оборудования в оговоренные сроки

- Расчет за услугу

В случае, если бизнес будет развиваться, как задумано, то есть позитивный вариант, предполагается:

- Увеличение количества заказчиков посредством положительного имиджа компании;
- Охват района Петровка

В случае негативного варианта развития событий работа сократиться, количество клиентов уменьшится. Выход из бизнеса не будет болезненным, оборудование можно продать на Авито и свернуть все бизнес-процессы мгновенно.

Для того, чтоб этот вариант не произошел предусмотрен вариант антикризисных мер в двух направлениях:

1. Поиск оптимальных путей повышения доходов:

- Повышение цены на услуги
- Перенаправление мер продвижения
- Продолжение поиска новых клиентов

2. Изыскание возможностей сокращения затрат:

- Экономия на переменных затратах

Для эффективного функционирования организации необходимы ресурсы (таблица 5)

Потребность в ресурсах

Таблица 5

Информационные	Материальные	Финансовые
Текущая, специальная и широкотематическая информация	Расходники, трудовые ресурсы	Оборотка на оплату услуг

Маркетинговый план

Рынок салонов красоты - многообещающая отрасль на данном этапе развития экономики России. В Алексине это направление тоже очень

развито, решать проблемы этого бизнеса- тоже ремесло, пользующееся спросом.

Работая над решением задач маркетинга, команда проекта провела SWOT-анализ, приведенный в таблице 6:

SWOT-анализ

Таблица 6

<p>Сильные стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> -охват максимально возможного количества заказчиков территориально -отсутствие необходимости снимать помещение -небольшие финансовые вложения -опыт заточки 	<p>Слабые стороны:</p> <ul style="list-style-type: none"> -совмещение с учебой -передвижение на общественном транспорте -неизвестность организации -необходимость преодолевать расстояния
<p>Возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> -устойчивое развитие и рост предприятий в отрасли красоты -рост платежеспособного спроса населения на услуги красоты 	<p>Угрозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> -активизации частных мастеров заточки и ремонта -ограничение работы основных заказчиков из-за пандемических мер

Исходя из данных SWOT-анализа, решено было использовать маркетинговую стратегию проникновения на рынок. Она состоит в необходимом нам быстром расширении присутствия на рынке с существующим товаром на существующем рынке. Это достигается с помощью активной рекламы, умеренных цен и способности доказать, что товар «СалонСервис» выигрывает по ряду характеристик. При этом основным каналом сбыта будет прямой канал нулевого уровня, предполагающий отсутствие посредников в цепочке «производитель-клиент».

Стратегией ценообразования компании будет стратегия средних цен, которая предполагает ориентирование на долгосрочную перспективу

получения прибыли и стабильное положение на рынке путем установления цены, которую товар реально стоит. Это именно то, на что ориентирована фирма, ведь завышенные цены сильно усложнят завоевывание своего покупателя.

Дополнительно компания сделала анализ конкурентной среды по городу Алексин. Выяснилось, что прямых конкурентов почти нет. Анализ публикаций в сети интернет показал, что в городе всего 2 предложения заточки, а сами мастера красоты преимущественно возят инструмент в Тулу. Проведем анализ основных не прямых конкурентов в г.Туле в таблице 7:

Анализ конкурентов

Таблица 7

Показатель	«ДонМастер он»	Михаил	Центр «Заточка инструментов»
Цена	От 150 руб	От 200 руб	От 200 руб
Ассортимент услуг	Заточка и ремонт	Только заточка	Заточка и ремонт
Расположение	Алексин	Тула	Тула

Из таблицы видно, что «СалонСервис» не будет уступать по основным параметрам, прибегая к удовлетворению потребностей как можно большего количества клиентов. Это позволит плавно войти на рынок и заинтересовать аудиторию своими преимуществами.

Рекламную модель компания выбрала AIDA, поскольку с помощью нее можно побудить потребителя воспользоваться услугой организации. Ведь «СалонСервис» является довольно новым направлением на рынке услуг в Алексине. С помощью провоцирования интереса и создания желания мы привлечем максимальное количество клиентов прямо на начальной стадии запуска проекта. В рамках данной модели на начальном этапе проведем такие мероприятия, используя различные инструменты:

-активное продвижение групп в социальных сетях с помощью покупной рекламы и самостоятельно:

- Активное ведение группы с вовлекающими, полезными постами, отзывами пользователей услуг
- Программы лояльности, индивидуальные условия для важных клиентов
- Таргетированная реклама для аудиторий конкурентов, аудитории по интересам (НогтиАлексин, Маникюр в Алексине, Красота и здоровье Алексин и др.)

- объявления на Авито

- личные визиты во все профильные предприятия с целью заявить о себе

- партнерские отношения с профессиональными магазинами.

Таким образом маркетинговый план на этап запуска приведен в таблице 11:

Маркетинговый план на этапе запуска

Таблица 8

Цель	Выведение товара на рынок			
	Задачи	Срок	Ответственный	Бюджет
Анализ	Анализ целевой аудитории	15 дней	Елена	
	Анализ конкурентов	3 дня	Елена	
	Анализ внешней среды	3 дня	Елена	
Инструменты достижения	Создание групп в соцсетях	1-3 дня	Елена	
	Опрос	1-5 дней	Елена	
	Сбор контактов	Бессрочно	Елена	
	Разработка	Бессрочно	Елена	

	контент-плана			
	Таргетированная реклама	3-6 месяцев	Елена	5000 руб/мес
	Партнерские отношения (визитки для клиентов профмагазинов, дизайн самостоятельно)	6 месяцев	Елена	1000 руб
	Реклама на Авито	Бессрочно	Елена	
Прочее	Резерв бюджетных средств			1000 руб/мес
Итого				6170 руб/мес

После запуска проекта маркетинг будет сокращен в разрезе уменьшения рекламы и заказа визиток и стоимость маркетинговых мероприятий составит 2000 рублей в месяц. В рамках маркетинговых исследований необходимо разработать модель 4P для проекта.

Продукт – решение проблем мастеров маникюра и парикмахеров;

Распределение – территория г.Алексин;

Цена – умеренная цена, соответствующая средней на рынке, ниже цены в г.Туле;

Продвижение – маркетинговые мероприятия и инструменты.

Устойчивое развитие

Необходимо оценить все факторы воздействия «СалонСервис» на окружающую среду и меры по защите от них в таблице 9:

Фактор воздействия	Мера по защите
пыль от заточки опасна для вдыхания на постоянной основе	применение высоко мощного настольного пылесоса
размещение отходов производства и потребления	отходы компании V класса опасности вывозятся как бытовой мусор
загрязнение окружающей среды шумом, теплом, электромагнитными, ионизирующими и другими видами физических воздействий	оборудование предприятия соответствует всем нормативам

Паспорт отходов оформлять компании не нужно, ведь отходы только безопасные, относимые к ТБО (5 класс), расходы на вывоз в качестве бытового мусора из квартиры не превысят 1000 рублей.

Устойчивость бизнеса проанализируем, вычисляя точку безубыточности в денежном и количественном выражении.

Точка безубыточности в денежном выражении = Выручка*Постоянные расходы/(Выручка-Переменные расходы)

Точка безубыточности в денежном выражении = $117180 \cdot 4000 / (117180 - 13786) = 4410$ рублей

Точка безубыточности в количестве услуг = Точка безубыточности в денежном выражении/Стоимость 1 услуги

Точка безубыточности в количестве услуг = $4410 \cdot 175 = 25,2$ услуг.

Для построения планов развития бизнеса необходимо определиться с прогнозами, разобраться с кратко-, средне- и долгосрочной перспективой проекта. В краткосрочной перспективе приоритетом будет выход на рынок и закрепление на нем. В качестве среднесрочного плана команда видит расширение охвата более широкого круга предприятий индустрии красоты. В долгосрочной перспективе «СалонСервис» рассчитывает на масштабирование в рамках переезда в г.Тулу, где планирует продолжать

учебу автор идеи. Оно будет основано на аренде небольшого офиса и вводе в штат хотя бы одного мастера заточки.

Без анализа рисков и мер по их преодолению не обходится ни один бизнес-проект (таблица 10) :

Анализ рисков проекта

Таблица 10

Наименование риска	Оценка риска	Характеристика риска и способы реагирования
Основные внешние риски проекта		
Снижение платежеспособности покупателей	низкий	Последствия риска снижаются при расширении программ лояльности, пересмотре ценовой политики.
Активация и демпинг конкурентов	низкий	Нивелируется риск грамотной маркетинговой и ценовой стратегией, созданием уникального торгового предложения
Изменение модных трендов на массовое использование услуг индустрии красоты	низкий	Переориентация на заточку бытовых инструментов и аппаратуры
Основные внутренние риски проекта		
Риск поломки оборудования, выключение электричества	низкий	Для снижения риска необходимо договоренности с клиентами достигать с учетом небольшого зазора по времени
Риск выбытия из строя мастера	низкий	Нивелируется со временем, когда штат будет расширен еще одним мастером

Технико-экономическое обоснование проекта

Оборотный капитал рассчитан с помощью коэффициентного метода:

$$\text{Об пл} = \text{Об пер} * (\text{V}_{\text{пл}} / \text{V}_{\text{б}}) + \text{Об пост} + \text{Об рбп}$$

где учитываются оборотные средства величина которых зависит от объемов производства, скорректированные на темп роста объема производства (20%), и те, что не зависят, а также расходы будущих периодов (у нас это обучение). Таким образом,

$$\text{Об пл} = 13786 * 1,2 + 4000 + 15000 = 35543 \text{ руб.}$$

Для реализации проекта команде «СалонСервис» необходим стартовый капитал в сумме 175 713 рублей.

Стартовый капитал

Таблица 11

Наименование	Стоимость
Пылесос	25000
Заточный станок	72000
Обучение	37000
Оборотка	35543
Маркетинг начальный	6170
Итого	175713

Вся сумма начальных инвестиций будет финансироваться за счет собственных средств в виде поддержки родителей. Поскольку накоплений родственников достаточно для организации бизнеса, необходимости в заемных средствах нет.

Зарегистрирован бизнес будет как самозанятость, это очень удобно, просто и бюджетно. Нет отчётности, налоговая видит все платежи, достаточно скачать на смартфон приложение "Мой налог" и зарегистрироваться в нем. Никаких книг учета доходов самозанятые не ведут, кассовый аппарат тоже не применяют. Однако они все равно обязаны выдавать чеки, он формируется на смартфоне, компьютере или планшете в приложении.

Расчет суммы налога в месяц в первое время существования бизнеса приведем ниже, поскольку сумма налога рассчитывается с учетом налогового вычета исходя из ставки 3% от поступлений от физлиц и 4% от юрлиц (усредним ставку до 3,5% для прогнозного расчета):

$$\text{НПД} = 117180 * 0,035 = 5186,3 \text{ рублей в месяц}$$

Платательщик налога на профессиональный доход освобожден от уплаты взносов во внебюджетные фонды.

Для расчета и контроля себестоимости была использована модель абсорпшен-костинг, где в расчет берутся все полные затраты.

$$\text{С/б услуги} = \text{Общие издержки} / \text{Количество услуг}$$

$$\text{С/б} = (4000 + 13786) / 670 = 26,5$$

Цена на услугу установится с помощью метода следования за рыночными ценами, согласно которому ориентиром служит средняя самая распространенная цена на рынке слегка пониженная. Например, для заточки ножничек маникюрных она установится на уровне 150 рублей, а для кусачек – 200 рублей. Тогда расчет ежемесячной выручки будет выглядеть так:

$$\text{Выручка} = ((49 * 3 + 33) * 4 * 2 * 0,75 * 175) * 0,62 = 117180 \text{ рублей}$$

$$\text{Тогда прибыль составит } 117180 - (4000 + 13786) = 99394 \text{ рублей.}$$

Рентабельность продаж компании будет рассчитана путем деления прибыли на выручку в процентах.

$$\text{Рентабельность продаж} = (99394 / 117180) * 100\% = 85\%$$

Бюджет доходов и расходов приведен в Приложении 2.

Для расчета основных показателей эффективности проекта и понимания, как привести стоимость будущих денежных потоков к их текущему стоимостному эквиваленту, необходимо определить ставку дисконтирования. Применив «интуитивный» способ определения ставки дисконтирования можно просто сложить безрисковую доходность и инфляцию. Метод расчета безрисковой ставки по результатам анализа финансового рынка позволяет использовать в качестве нее ключевую ставку ЦБ (с 13.09.2021 6,75%). А официальный уровень инфляции на октябрь 2021 года составил 7,4% (по данным новостного портала <https://www.interfax.ru/russia/795700>). Таким образом, ставка дисконтирования будет 14,15%.

Одними из основных показателей эффективности проекта будет простой период окупаемости.

$PP = \text{Сумма вложений} / \text{Чистая прибыль годовая}$

$PP = 175713 / (99394 * 12) = 0,15$ года, а это почти 2 месяца.

Дополнительно проведем расчет чистой приведенной стоимости (NPV), за 3 года он приведен в таблице 12. Итоговая сумма NPV с учетом роста объемов компании на 20% составит 4 180 929,85, что свидетельствует о том, что вложения в проект не только принесут прибыль, но и уровень прибыльности настолько высок, что эти инвестиции крайне выгодны.

Расчет NPV

Таблица 12

Период, год	Денежный поток	Дисконтированный поток	Сумма
0	-175713		-175713
1	1564728	1 370 764,78	1 225 051,78
2	1877673,6	1 441 014,23	2 666 066,01
3	2253208,32	1 514 863,84	4 180 929,85

Еще одним расчетным показателем эффективности проекта будет внутренняя норма рентабельности (IRR), которая считается ставкой, при которой NPV будет равна 0. Посчитать ее поможет Excel с помощью функции ВСД, в итоге IRR составит 1083.

Следующий показатель эффективности проекта-индекс прибыльности (PI), он демонстрирует соотношение чистого приведенного потока и вложенных средств. В нашем случае – $4\ 180\ 929,85 / 175713 = 23,79$, то есть вернуться за 3 года вложенные деньги, умноженные в 23 с лишним раза.

Оценка	Слабая - 0 баллов	Средняя - 3 балла	Высокая - 5 баллов
1. Источник и полнота информации	Требуется проверка	Доверие, но не полностью	Полное доверие
2. Имидж вашей фирмы	Слабый или новая	Средний	Очень высокий
3. Наличие опыта реализации подобных проектов	Нет	Частично	Есть
4. Наличие патента, лицензии, сертификата	Нет	Частично	Есть (не надо)
5. Наличие «изюминки» (выгодных отличной от других)	Нет или не знаю	Незначительно	Есть
6. Рынок сбыта	Менее 3-х лет	Не менее 3-х лет	Экспорт, импортозамещение
7. Конкурентоспособность	Не известна	Конкурентоспособна	Подавляющая
8. Поддержка и льготы органов власти	Нет или не знаю	Возможна	Имеется
9. Наличие собственных финансовых средств	Менее 20 %	До 51%	Более 51 %
10. Наличие команды и ведущих специалистов	Менее 50 %	50 % и более	Имеется 75-100%
11. Наличие земли и помещений	Менее 50 %	50 % и более	Имеется 75-100 %
12. Наличие основного оборудования	Менее 33 %	33 % и более	Имеется 66-100%
13. Срок окупаемости	Более 2 лет	До 1,5-2 лет	До 1 года
14. Наличие этапов последующего развития	Нет	Один	2 и более
Всего баллов			42

Бюджет доходов и расходов «СалонСервис» на 3 года

	1 год												2 год				3 год			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв
Доходы, руб.	117180	117180	117180	117180	117180	117180	117180	117180	117180	117180	117180	117180	533448	533448	533448	533448	640138	640138	640138	640138
Расходы, руб.																				
Постоянные	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	4000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000	12000
Переменные	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	8600	30960	30960	30960	30960	37152	37152	37152	37152
ЕВИТ	104580	104580	104580	104580	104580	104580	104580	104580	104580	104580	104580	104580	490488	490488	490488	490488	590986	590986	590986	590986
Налог	5186	5186	5186	5186	5186	5186	5186	5186	5186	5186	5186	5186	17167	17167	17167	17167	20685	20685	20685	20685
Прибыль, руб.	99394	99394	99394	99394	99394	99394	99394	99394	99394	99394	99394	99394	473321	473321	473321	473321	570301	570301	570301	570301