

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»

Высшая школа экономики и управления

Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, проф., д.э.н.

_____ И.А. Баев

«___»_____ 2018 г.

Разработка бизнес-плана открытия клининговой компании в городе Челябинск

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.02.2018.290.ВКР

Руководитель работы,

к.э.н., доцент кафедры

_____ Е.Г. Сухих

«___»_____ 2018 г.

Автор работы,

студент группы ВШЭУ-490

_____ П.С. Домокуров

«___»_____ 2018 г.

Нормоконтролер,

ст. преподаватель кафедры

_____ И.А. Мостовщикова

«___»_____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Домокуров П.С. Разработка и экономическое обоснование бизнес-проекта клининговой компании. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-490; 2018, 64 с., 20 табл., 1 рис., библиогр. список – 30 наим.

В настоящей выпускной квалификационной работе представлена разработка бизнес-плана открытия клининговой компании в городе Челябинск.

В первом разделе представлены теоретические основы бизнес-планирования: раскрыта сущность бизнес-планирования, приведены основные показатели, используемые в бизнес-плане, проанализированы отечественные и зарубежные методики бизнес-планирования.

Второй раздел содержит организационно-экономические расчеты, связанные с открытием клининговой компании в городе Челябинск. На создание клининговой компании необходимы инвестиции в размере 646,7 тыс. руб. Чистый дисконтированный доход составит 1 680,5 тыс. рублей, следовательно, проект эффективен с точки зрения его реализации. Простой срок окупаемости составляет 222 дня, дисконтированный срок окупаемости равен 275 дням. Также во втором разделе приведена оценка рисков инвестиционного проекта.

Цель выпускной квалификационной работы: разработка бизнес-плана открытия клининговой компании в городе Челябинск.

INTRODUCTION

Final qualifying work on the theme of «Development of a business-plan for the opening of a cleaning company in Chelyabinsk city». – Chelyabinsk: SUSU, HSEM-490, 2018. – 64 pages, 20 tables, 1 figures, 30 sources.

In the first chapter of this work, theoretical foundations of business-plan, its goals, tasks, methods and directions were considered.

In the third chapter was develop business-plan for the opening of a cleaning company in Chelyabinsk city.

The purpose of final qualifying work is to examine the theoretical aspects of business-plan and prepare a business plan for financial development.

In the final qualifying work is considered the business plan to the financial planning system, the structure and content of a business plan. Designed for financial development of a cleaning company in Chelyabinsk city. The efficiency of a business plan for financial recovery.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ.....	11
1.1 Сущность бизнес-планирования.....	11
1.2 Основные показатели, используемые в бизнес-плане.....	14
1.3 Сравнение отечественных и зарубежных методик бизнес- планирования	17
2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА КЛИНИНГОВОЙ КОМПАНИИ	28
2.1 Описание комплекса услуг.....	28
2.2 План маркетинга.....	35
2.3 План производства и сбыта.....	37
2.4 Инвестиционный план	46
2.5 Финансовый план	48
2.6 Оценка эффективности проекта и рисков	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	59
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	62

ВВЕДЕНИЕ

Практически каждый бизнесмен, в момент начала предпринимательской деятельности, должен в полном объеме осознавать потребность в финансовых, материальных и трудовых ресурсах, источника их получения, а также быть способным рассчитать эффективность их использования в ходе осуществления своей деятельности.

В современных экономических условиях никто не сможет преуспеть в своей деятельности, если не будут систематически анализировать и собирать информацию о состоянии целевого рынка и прямых конкурентов и не будет на основе этих данных планировать свою деятельность, оценивая возможности и перспективы развития предприятия. При принятии решений необходимо опираться на постоянное обновление данных о внешней среде, их анализ, поиск новых стратегий развития фирмы. В условиях рыночной экономики для учета данных факторов, а также жизнеспособности, конкурентоспособности и прибыльности предприятия необходимо осуществлять бизнес-планирование. В нынешней нестабильной экономической ситуации нельзя добиться положительных результатов, не прогнозируя своих действий. Мировой опыт показывает, что только тщательное и ответственное бизнес-планирование может помочь в выживании предприятий, а также в достижении высоких результатов.

В рыночной экономике бизнес-план является основным инструментом бизнес-планирования. Бизнес-план способствует развитию предприятия, выходу на новые позиции на рынке, привлечению новых клиентов, росту объема продаж, мотивации персонала, прогнозу возможных рисков, оптимизации использования ресурсов, получению инвестиций и кредитных ресурсов, выбору рациональных способов развития предприятия.

Бизнес-план позволяет оценить рыночную ситуацию, как внутри организации, так и вне ее. Бизнес-план позволяет найти решение, как в реализации внутренних

задач, связанных с управлением предприятием, так и внешних, обусловленных, в частности, взаимоотношениями с конкурентами и поставщиками.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что в связи с постепенно повышающейся инвестиционной активностью организаций, связанной с решением их долгосрочных программ, повышается роль и значение методики и принципов составления бизнес-плана, как важнейшего документа, разрешающего дать целостную, системную оценку инвестиционного проекта. Благополучие компании находится в зависимости от того, как грамотно и корректно составлен бизнес-план проекта, насколько верно установлена экономическая эффективность инвестиций. В данной выпускной квалификационной работе рассмотрены основные теоретические и практические вопросы, связанные с разработкой бизнес-плана клининговой компании.

Целью выпускной квалификационной работы является освещение основных видов и направлений бизнес-плана клининговой компании в городе Челябинск.

Для достижения поставленной в выпускной квалификационной работе цели необходимо выполнение ряда задач:

- изучить теоретические аспекты бизнес-планирования: его сущность, основные показатели, существующие методики;
- разработать бизнес-план нового предприятия на примере клининговой компании в городе Челябинск;
- экономически обосновать целесообразность реализации разработанного бизнес-плана.

Предметом выпускной квалификационной работы является процесс бизнес-планирования. Объектом исследования является бизнес-план клининговой компании в городе Челябинск.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, основной части, включающей в себя две главы, заключения и библиографического списка.

Во введении изложена цель работы, актуальность выбранной темы, а так же поставлен ряд задач, которые предстоит решить в ходе анализа.

Первая глава посвящена рассмотрению теоретических аспектов бизнес-планирования в общем, рассматриваются роль и значение бизнес плана в современном предпринимательстве. Во второй главе представлена разработка бизнес-плана клининговой компании в городе Челябинск.

В заключении описаны полученные результаты проделанной работы, даны некоторые рекомендации в отношении проведения ряда мероприятий.

Элементы научной новизны состоят в том, что в ней учтены новейшие теоретические и практические материалы, касающиеся бизнес-планирования.

Практическая значимость работы состоит в том, что материалы дипломного исследования могут быть применены на практике в работе с предпринимателями.

Для решения данных задач в работе используются такие методы исследования как анализ финансового состояния предприятий, маркетинговые исследования, метод сравнения.

Нормативно-правовую основу исследования составляют нормативные правовые акты, федеральные законы и подзаконные акты.

Теоретическую основу работы составляют труды отечественных ученых: Романова Л. Е., Давыдова Л. В., Коршунова Г. В., Черняк В.З., Попов В.М., Ляпунов С.И., Баринов, В.А., Савчук В.П., Олейников С.Я., Бочаров С.А.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

1.1 Сущность бизнес-планирования

Основная цель бизнес-планирования – планирование хозяйственной деятельности предприятия на ближайшее и отдаленные периоды согласно потребностей рынка и возможностей получения нужных ресурсов [1, с. 85].

Бизнес-планирование помогает предпринимателю решить следующие важнейшие задачи [2, с. 118]:

- установить конкретные направления деятельности компании, определить целевые рынки и найти место компании на этих рынках;
- сформулировать долговременные и краткосрочные цели фирмы, стратегию и тактику их достижения. Установить лиц, которые будут нести ответственность за исполнение стратегии;
- определить состав и выбрать показатели товаров и услуг, которые будут предложены компанией потребителям. Проанализировать производственные и торговые издержки по их формированию и реализации;
- обнаружить в соответствии с имеющимися кадрами фирмы – условия мотивации их труда, соответствующие предъявляемым запросам, для достижения установленных целей;
- выявить состав маркетинговых мероприятий компании по исследованию рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и др.;
- оценить финансовое положение предприятия и соответствие всех имеющихся финансовых и материальных ресурсов возможностям достижения установленных целей;
- предусмотреть трудности, «подводные камни», которые возможно помешают практическому выполнению бизнес-плана.

Важнейшая задача бизнес-планирования на предприятии заключается в том, чтобы предоставить реальную картину перспектив развития деятельности компании, т.е. ответить на важнейший для бизнесмена вопрос: стоит ли вложить

деньги в данное дело, принесет ли оно доходы, которые в результате окупят все затраты и силы средств.

Бизнес-планирование предназначает цели и задачи, которые нужно решить фирме, как в ближайшем будущем, так и на перспективу [2, с. 120].

Ценность бизнес-планирования определяется тем, что оно:

- дает вероятность установить жизнеспособность проекта в условиях конкуренции;
- включает ориентир, как обязан развиваться проект (предприятие);
- служит значительным инструментом приобретения финансовой поддержки от внешних инвесторов.

На сегодняшний день бизнес-план становится для предпринимателя все более значимым документом. Ни одно предприятие не сможет сформулировать цели своего существования или приобрести финансирование без грамотно разработанного бизнес-плана.

Детальный и продуманный бизнес-план, вероятно, является наилучшим инструментом, который поможет добиться долгосрочных целей.

Бизнес-планирование помогает [3, с 196]:

- принимать значимые деловые решения;
- детально ознакомиться с финансовой стороной дела;
- приобретать детальную информацию по индустрии и маркетингу;
- предугадывать и сторониться преград, которые нередко встречаются в подобном бизнесе;
- установить конкретные задачи, реализация которых будет удостоверить о выработанном прогрессе;
- расширяться в новейших и перспективных отраслях;
- быть более бдительным при поиске финансирования.

Существует восемь различных причин, которые устанавливают характер бизнес-планирования на предприятии в зависимости от того, для кого оно предопределено (все они преследуют разнообразные цели) [4, с. 18-19]:

1) Бизнес-план для себя. Это своего рода самоконтроль: что нужно для открытия дела? Достаточно ли реалистична идея?

2) Бизнес-план для приобретения кредита. Для получения кредита в банке до недавнего времени российский предприниматель мог показать лишь только технико-экономическое обоснование, которое, впрочем, не являлось решающим для принятия банком или иной финансовой организацией решения о получении кредита. Решающими были персональные связи, рекомендации, а также осведомленность банкиров о реальном состоянии дел кредитополучателя. Российские банки в последнее время все больше и больше требуют от предпринимателей бизнес-план для предприятия окончательного решения о выдаче (или не выдаче) кредита.

3) Бизнес-план для привлечения средств сторонних инвесторов. Инвесторами могут быть: венчурные инвестиционные фонды, частные инвесторы или публичная эмиссия акций. В случае если привлекаете средства за счет публичной эмиссии акций вашей фирмы, бизнес-план, включающий сведения о компании, о стратегии маркетинга, продаж, производства и о финансовых перспективах, поможет вам удачнее продать фирму инвесторам. Тогда, как российский фондовый рынок развивается и стабилизируется, бизнес-планы будут завоевывать все больший смысл для реализации публичной эмиссии ценных бумаг. Российская практика обладает малым наличием прецедентов создания и открытого распространения бизнес-планов в качестве вспомогательного инструмента публичной эмиссии.

4) Бизнес-план для общего предприятия или стратегического альянса с иностранным партнером. Иностранные компании, пережив эйфорию первых лет перестройки, сейчас с большей осмотрительностью подходят к оценке потенциального компаньона по общему предприятию. Грамотный бизнес-план дает уверенность иностранному партнеру в серьезности дела.

5) Бизнес-план для привлечения новых сотрудников. В наши годы нелегко перетянуть профессионалов из прочих фирм, даже пообещав им более значительные заработки. Описание будущей деятельности компании дает потен-

циальному сотруднику информацию о перспективности и постоянстве предлагаемой работы.

6) Бизнес-план для заключения крупного контракта.

7) Бизнес-план для объединения с иной фирмой. Он поможет узнать выгоду сделки: положительные и отрицательные стороны совместной деятельности.

8) Бизнес-план для реорганизации дела и оптимизирования операций.

В результате того, как незначительные компании возрастают, возникает необходимость организации стратегической (или тактической – в зависимости от ситуации) концепции развития. Бизнес-план, в разработке которого принимают участие партнеры по бизнесу и ключевые сотрудники, поможет предприятию сформировать эту концепцию и, что существеннее, позволит сформировать эту концепцию, позволит партнерам более отчетливо уяснить цели и конкретные задачи, стоящие на пути реализации задуманной концепции [2, с. 124].

1.2 Основные показатели, используемые в бизнес-плане

Прежде чем рассмотреть показатели, используемые в бизнес-плане, следует изучить вопрос структуры бизнес-плана.

Структура бизнес-плана – письменное описание того или иного проекта, суммы и сроки его реализации. Такой план характеризует целесообразность его существования. Состав бизнес-плана во многом зависит от того, в какой сфере находится проект, а также от того, какие размеры он имеет. Так, если предполагается производство нового вида продукции, то нужно разрабатывать наиболее подробный бизнес план, который будет описывать все преимущества нового продукта, а также процесс его изготовления. Если же речь идет об открытии торгового объекта, то бизнес план может быть простым и включать только разделы с кратким описанием и с расчетом сроков окупаемости. Структура и содержание

бизнес-плана играет важную роль в начале деятельности той или иной организации [5, с. 408].

Эффективность разрабатываемого проекта зависит от оценки ряда финансовых показателей. Рассмотрим их более детально.

1. Коэффициент дисконтирования. В расчетах для оценки экономической эффективности проекта применяется ставка дисконтирования. Поскольку источником финансирования проекта будет являться заемный капитал, то ставка дисконтирования будет равна эффективной текущей ставке процента по заемному капиталу.

Коэффициент дисконтирования рассчитывается по формуле (1.1):

$$d = \frac{1}{(1+r)^n}, \quad (1.1)$$

где r – ставка дисконтирования;
 n – номер периода дисконтирования.

Оценка экономической эффективности инвестиционного проекта проводится по кэш-фло и интегральным показателям оценки эффективности инвестиций: NPV (дисконтированный денежный поток), IRR (внутренняя норма доходности), PI (уровень рентабельности инвестиций), PP (срок окупаемости инвестиций), DPP (дисконтированный срок окупаемости).

2. Чистая текущая стоимость проекта. Дисконтированный денежный поток (NPV) или чистая текущая стоимость проекта рассчитывается суммированием произведений денежного потока каждого периода на соответствующий ему коэффициент дисконтирования:

$$NPV = \sum_{t=1}^n C_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t} - I_0, \quad (1.2)$$

где NPV – чистая текущая стоимость;
 C_t – чистые дисконтированные потоки от реализации инвестиционного проекта;
 I_0 – первоначальные инвестиции;
 r – ставка дисконтирования.

Нормативное значение: $NPV > 0$.

3. Индекс доходности (PI – Profitability index) показывает относительную прибыльность (дисконтированную рентабельность) проекта и равен отношению дисконтированного потока доходов к дисконтированному потоку затрат. Индекс доходности рассчитывается по формуле (1.3):

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n C_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t}}{I_0}, \quad (1.3)$$

Вложение капитала эффективно, если $PI > 1$.

4. Срок окупаемости инвестиций простой. Метод исчисления этого показателя часто используется для конкурсной оценки рациональности инвестиционного проекта. Задача данного метода – определить продолжительность срока, в процессе которого будет осуществляться покрытие инвестиций. Простой срок окупаемости – показывает период, за который чистая прибыль от проекта покроет первоначальные капиталовложения и рассчитывается по формуле (1.4):

$$PP = \frac{I_0}{NP} \quad (1.4)$$

где PP – простой срок окупаемости;
NP – чистая прибыль.

5. Дисконтированный срок окупаемости инвестиций – это срок окупаемости вложенных инвестиций с учетом момента времени. Дисконтированный срок окупаемости рассчитывается по формуле (1.5):

$$DPP = \frac{I_0}{\sum_{t=1}^n C_t \cdot \frac{1}{(1+r)^t}}, \quad (1.5)$$

где DPP – дисконтированный срок окупаемости.

6. Внутренняя норма доходности (IRR). Показатель внутренней нормы прибыли рассчитывается по специальной формуле путем итеративного подбора размера ставки дисконтирования, при которой чистая ценность инвестиционного проекта будет равна нулю и представляет собой модель, когда инвестиции при окупаемости, не приносят прибыль. На величину показателя оказывают влияние внутренние условия доходности, так как ее размер уравнивается с необходимой нормой прибыли на инвестирование. При внутренней норме доходности равной (или большей) норме прибыли на капитал, инвестирование проекта является экономически оправданным.

Внутренняя норма доходности рассчитывается как значение ставки дисконтирования, при которой чистая текущая стоимость проекта равна нулю. Как правило, значения внутренней нормы доходности находят либо графическими методами (построив график зависимости NPV от ставки дисконтирования), либо с помощью специализированных программ.

7. Точка безубыточности. Экономический показатель объема выпускаемой продукции, при котором размер доли прибыли от реализации товара или услуг будет равен производственным затратам. То есть, фактически, на этой точке функционирования производство не приносит прибыль, но и не несет потери.

$$T_{б.у.} = \frac{\text{Выручка} * \text{Постоянные затраты}}{(\text{Выручка} - \text{Переменные затраты})}, \quad (1.6)$$

На точку безубыточности большое влияние оказывают такие факторы, как изменение цены на продукцию, динамика постоянных и переменных затрат. С ростом цены на продукцию минимальный объем производства, соответствующий точке безубыточности, уменьшается, а при снижении цены, наоборот, возрастает. С повышением постоянных расходов объем реализации увеличивается. Сохранение безубыточного производства с ростом переменных затрат возможно за счет увеличения минимального объема производства.

1.3 Сравнение отечественных и зарубежных методик бизнес-планирования

Для реализации данных видов бизнес-планирования используются различные методы бизнес-планирования.

Методы бизнес-планирования предполагают непосредственные расчеты и обоснование показателей деятельности. Методы представляют собой способы преобразования экономической информации с целью определения оптимальных темпов развития объекта планирования и путей наиболее эффективного использования ресурсов.

Ряд авторов такие, как И.Г. Мельникова, Г.С. Драпкина, Р.В. Савкина выделяют следующие методы планирования:

– Нормативный метод заключается в том, что при планировании применяется целая система перспективных норм и нормативов использования ресурсов предприятия.

Р.В. Савкина выделяет следующие виды нормативов [22, с. 73]:

1. Текущие (обоснование текущих и оперативных планов и фиксация достигнутого уровня рационального использования ресурсов) и целевые (стратегические): отражение идеального будущего состояния предприятия. Нормативы применяются для долгосрочных планов.

2. Абсолютные (нормативы численности работников по категориям, недельная норма рабочего времени и др.) и относительные (например, доля чистой прибыли, направляемой на выплату дивидендов, процент выплат в бюджет и внебюджетные фонды от показателей налогообложения).

3. Директивные (обязательно присутствуют в плановых расчётах) и рекомендательные (ориентировочные): обоснование наиболее оптимальных путей развития.

Р.В. Савкина говорит о том, что нормы и нормативы составляют часть всей экономической информации. В этой связи автор подразделяет нормы и нормативы на следующие группы [22, с. 86]:

а) нормы затрат труда (нормы выработки, нормы времени – трудоемкость изделия, нормы обслуживания оборудования);

б) нормы использования материальных ресурсов (нормы расхода сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива);

в) нормы и нормативы использования основных производственных фондов (оборудования, машин) в натуральных показателях, а так же в стоимостных.

– Балансовый метод обеспечивает установление связей между потребностями в ресурсах и источниками их покрытия.

И.Г. Мельникова выделяет следующие виды балансового метода:

а) метод материально-вещественных балансов;

б) метод стоимостных балансов;

в) метод трудовых балансов;

г) балансы производственной мощности;

д) балансы рабочего времени и др. [14, с. 64]

– Программно-целевой метод основан на составлении плана в виде программы, т. е. комплекса задач и мероприятий, объединенных одной целью и сроками. «На основе ранжирования целей составляется граф – исходная база для формирования системы показателей программы и организационной структуры управления ею». Метод используется при обосновании комплексных целевых программ, в стратегическом бизнес-планировании.

– Проблемно-ориентированный метод используется в нештатных ситуациях (экономические кризисы, стихийные бедствия, чрезвычайные ситуации). Метод заключается в выявление проблем, разработке сценариев развития событий и разработке сценариев ответных действий на возможные нештатные ситуации для обеспечения минимума потерь.

– Экономико-математический метод позволяет разработать экономические модели зависимости показателей на основе выявления изменения их количественных параметров по сравнению с основными факторами, подготовить несколько вариантов плана и выбрать оптимальный.

И.Г. Мельникова выделяет следующие виды экономико-математического метода [14, с. 68]:

- линейного и динамического программирования;
- математической статистики;
- балльных оценок;
- использование условных вероятностей, теорий игр, матричных и комбинаторных моделей и др.

- Опытные (адаптационные) методы составляются на основе учета результатов за предыдущие периоды или передового опыта предприятий со сходной деятельностью.

- Методы экспертных оценок (интуитивные) - различные процедуры индивидуальной и групповой экспертизы.

Методы бизнес-планирования применяются в технологии бизнес-планирования (этапы и последовательность).

Технология бизнес-планирования – это совокупность методов, приемов, способов в их взаимосвязи и взаимообусловленности по формированию оптимальных плановых решений, направленных на достижение поставленных целей развития предприятия с минимальными затратами ресурса.

Технология планирования включает в себя:

- а) организацию планирования как совокупность мер и действий всех участников процесса планирования;

- б) координацию плановых работ между структурами предприятия, а также во времени для обеспечения оптимальных сроков разработки планов;

- в) последовательность проведения плановых расчетов с учетом их методического обеспечения, оптимальности использования ресурсной базы.

Технология разработки планов для предприятий сферы услуг включает следующие этапы:

- 1 этап. Анализ исходного состояния объекта бизнес-планирования. Анализ прошлого опыта, его влияние на будущее развитие предприятия.

Анализ в планировании включает в себя следующие процедуры:

- а) оценка ресурсного потенциала;
- б) оценка внешней среды и возможностей развития предприятия;
- в) выявление закономерностей развития предприятия;
- г) определение факторов, оказывающих наиболее существенное влияние на развитие предприятия;
- д) выявление реальных возможностей развития (расширения деятельности) предприятия;
- е) определение проблем в развитии предприятия: внешних и внутренних угроз;
- ж) выявление резервов ресурсного потенциала.

Этот этап завершается оценкой уровня и перспектив развития анализируемого предприятия.

2 этап. Определение цели развития предприятия. Цели могут быть:

- а) материальные;
- б) социальные (развитие человеческого ресурса предприятия, решение социальных проблем развития общества);
- в) финансовые, (оптимизация получения прибыли, рентабельности предприятия);
- г) экономические (увеличение объемов продаж, повышению доли предприятия на рынке).

Основное требование, предъявляемое к цели, заключается в обеспечении реальности, т.е. цель должна быть конкретной и достижимой

3 этап. Обоснование концепции развития предприятий. Концепция предприятия должна отражать следующее:

- а) описание услуг (продукта), предлагаемого предприятием;
- б) характеристику рынка (сегмента рынка), на который ориентирована деятельность предприятия: уровень конкурентов, емкость рынка, конъюнктура рынка, спрос на услуги (продукт);
- в) задачи предприятия;

- г) технологии, применяемые в производстве, управлении;
- д) система мотивации персонала;
- е) внутреннее представление об уровне конкурентоспособности предприятия;
- ж) прогнозные параметры развития в долгосрочной перспективе: обоснование условий их достижения и возможные риски.

4 этап. Обоснование стратегии развития предприятия. Стратегия – это совокупность главных идей и основных способов и методов достижения заданных параметров развития предприятия.

Разработка стратегии заключается в подготовке стратегического плана:

- а) описание будущих перспектив развития предприятия;
- б) основные показатели роста;
- в) параметры ресурсоемкости;
- г) параметры эффективности;
- д) параметры конкурентоспособности предприятия.

5 этап. Тактическое планирование. Заключается в определении необходимого объема ресурсов и их оптимальном распределении.

В плане достаточно подробно и обосновано определяются не только параметры развития, но и необходимый объем ресурсов для их реализации, источники формирования и модернизации ресурсной базы, а также способы организации производства, приемы стимулирования продаж и мотивация персонала по реализации планов.

6 этап. Разработка оперативных планов. Основной задачей оперативного планирования является обеспечение методической, информационной и инструментальной поддержкой менеджеров предприятия для достижения запланированного уровня прибыли, рентабельности и ликвидности предприятия в краткосрочном периоде.

Основой для принятия управленческих решений и контроля над производством и этапами бизнес-планирования являются функции планирования. Выделяют следующие функции:

- Регулирование – сохранение стабильного режима функционирования производственной системы по заданным параметрам и устранения различных отклонений.
- Стимулирование – активизация трудового процесса путем внешнего воздействия с помощью материального и морального стимулирования.
- Учет – сбор информации о состоянии производственной системы.
- Контроль – средство управления трудовым процессом.
- Организация – это деятельность, направленная на создание или развитие структуры производственной системы.

То есть, сущность бизнес-планирования заключается в обосновании экономических целей развития предприятия, выборе методов их осуществления, достижения качественных и количественных результатов.

В России до сих пор не существует единой методики разработки бизнес-плана. Структура бизнес-плана представлена в виде трех блоков.

Первый блок – словесное описание проекта или результата, которого хотелось бы достичь. Во второй и третий блоки выносятся те из разделов первого, которые поддаются количественному выражению – план административных мероприятий, направленных на достижение поставленных целей, и финансовый план.

Для разработки бизнес-плана используются методики или пособия, выбор которых сейчас достаточно широк. Имеются различные типовые зарубежные методики. При всем разнообразии методик в них соблюдаются определенные принципы построения бизнес-плана.

Выбор конкретной разновидности методики разработки бизнес-плана, глубина и временной горизонт его проработки, вариантность закладываемых в него решений, объем, наличие прилагаемых документов и справок зависят от различных факторов. Важно, чтобы разработанный документ содержал ряд обязательных разделов, в которых анализируются конкретные аспекты, исходная и итоговая информация (показатели) была достоверна, обоснована и базировалась на документальных источниках и расчетах.

Анализируя существующие методики по разработке бизнес-плана, представленные в таблице 1.1, видно, что в России сегодня более известны следующие основные западные методики по разработке бизнес-планов:

- Методика UNIDO;
- Методика KPMG;
- Методика ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития);
- Методика BFM Group (Bureau of Financial Modeling);
- Методика TACIS.

Таблица 1.1 – Методики разработки бизнес-плана и его структура

Методики	Характеристика методики	Структура бизнес-плана по методике UNIDO
Методика UNIDO	Организация Объединенных Наций по промышленному развитию (UNIDO) – это организация, образованная в 1966 году основной специализацией которой является концентрация усилий по борьбе с нищетой путем повышения производительности труда. Данной организацией разработаны свои стандарты подготовки инвестиционных проектов, которые признаются во всем мире.	1. Резюме 2. Идея (сущность) предлагаемого проекта 3. План маркетинга 4. План производства 5. Организационный план 6. Финансовый план доходов и расходов. 7. Приложение
Методика KPMG	Компания KPMG – это международная сеть компаний, которая предлагает консультационные, аудиторские и другие услуги. Бизнес-план, составленный по данной методике, ориентирован не столько на потенциальных инвесторов, сколько на менеджмент организации. Структура бизнес-плана по методике KPMG является более разработанной и более информативной в разрезе интересов руководства предприятия и его сотрудников.	1. Резюме 2. Продукция и услуги 3. Анализ рынка и отрасли 4. Целевые рынки 5. Стратегии рекламы и продвижения 6. Управление 7. Финансовый анализ 8. Приложения
Методика ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития)	Организация ЕБРР является одним из самых крупных инвесторов в Европе и центрально-азиатском регионе. Организация привлекает иностранные инвестиции, использует собственные средства. Инвестиции поступают для поддержки и развития уже функционирующих предприятий, а также для создания новых компаний и производств. Вариант структуры бизнес-плана по методике ЕБРР уделяет больше всего внимания финансовому разделу – учету кредитных средств, SWOT-анализу, и является самым кратким и рамочным.	1. Титульный лист 2. Меморандум конфиденциальности 3. Резюме 4. Предприятие 5. Проект 6. Финансирование 7. Приложения

Продолжение таблицы 1.1

<p>Методика BFM Group (Bureau of Financial Modeling)</p>	<p>Консалтинговая компания BFM Group разработала методику бизнес-планирования, в котором указаны необходимые для бизнес-плана разделы. Компания BFM Group занимается бизнес-планированием и инвестиционным консалтингом, проводит оценку инвестиционной привлекательности предприятий и оказывает различные юридические услуги.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Титульный лист бизнес-плана 2. Меморандум конфиденциальности 3. Краткое резюме бизнес-плана 4. Общие положения 5. Маркетинговый план 6. Организационный план и менеджмент 7. Инвестиционный план 8. Производственный план 9. Финансовый план Оценка общей эффективности проекта 10. Оценка рисков проекта 11. Приложения к бизнес-плану 12. Информация об обеспечении проекта
<p>Методика TACIS</p>	<p>Макет бизнес-плана разработан в рамках проекта TACIS Европейского Союза для Новых Независимых Государств. Данная структура бизнес-плана отвечает Международному стандарту разработки бизнес-плана и может рассматриваться как руководство по его составлению. Она содержит перечень разделов с полным описанием и подробными комментариями, готовые макеты таблиц и глоссарий, в котором приведены термины, встречающиеся в тексте.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Введение 2. Краткое описание 3. Бизнес и его общая стратегия 4. Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия 5. Производство и эксплуатации 6. Управление и процесс принятия решений 7. Финансы 8. Факторы риска 9. Приложение 10. Приложение

Разделы бизнес-плана, представленные выше, в том или ином виде присутствуют во всех рассмотренных методиках. Исходя из данной предпосылки, можно рекомендовать инвестируемому субъекту строить свой бизнес-план по блочному типу и, только при представлении материалов конкретному инвестору, формировать бизнес-план из заготовленных разделов под требуемую методику.

Выделим основу (ядро) всех вышеперечисленных методик составления бизнес-планов и проведем детальный анализ, какие из предложенных методов уже актуальны, а какие еще не работают в условиях рынка России. Именно таким ядром (основой) всех вышеперечисленных методик составления бизнес-планов являются

ся следующие разделы органично связанные организационным планом (конкретной схемой реализации проекта), с соответствующим просчетом рисков:

- план маркетинга;
- финансовый план;
- план производства.

Именно эти основополагающие ключевые разделы и заложили фундамент российских стандартов формирования бизнес-планов.

После рассмотрения различных методик разработки бизнес-плана, были выявлены их достоинства и недостатки. Конкретной и наиболее доступной методики как таковой нет, поэтому на основании существующих методик, прописанных в данном разделе, в настоящей выпускной квалификационной работе была применена методика по составлению бизнес-плана, непосредственно связанная с разработкой бизнес-плана по открытию клининговой компании в городе Челябинск.

Выводы по разделу один

Основная цель бизнес-планирования – планирование хозяйственной деятельности предприятия на ближайшее и отдаленные периоды согласно потребностей рынка и возможностей получения нужных ресурсов.

Для реализации данных видов бизнес-планирования используются различные методы бизнес-планирования, представляющие собой способы преобразования экономической информации с целью определения оптимальных темпов развития объекта планирования и путей наиболее эффективного использования ресурсов.

В России до сих пор не существует единой методики разработки бизнес-плана. Структура бизнес-плана представлена в виде трех блоков. Первый блок – словесное описание проекта или результата, которого хотелось бы достичь. Во второй и третий блоки выносятся те из разделов первого, которые поддаются количественному выражению – план административных мероприятий, направленных на достижение поставленных целей, и финансовый план.

Для разработки бизнес-плана используются методики или пособия, выбор которых сейчас достаточно широк. Имеются различные типовые зарубежные методики. В них соблюдаются определенные принципы построения бизнес-плана.

Выбор конкретной разновидности методики разработки бизнес-плана, глубина и временной горизонт его проработки, вариантность закладываемых в него решений, объем, наличие прилагаемых документов и справок зависят от различных факторов. Важно, чтобы разработанный документ содержал ряд обязательных разделов, в которых анализируются конкретные аспекты, исходная и итоговая информация (показатели) была достоверна, обоснована и базировалась на документальных источниках и расчетах.

Конкретной методики бизнес-планирования нет, поэтому на основании существующих методик в выпускной квалификационной работе применена методика по составлению бизнес-плана, непосредственно связанная с разработкой бизнес-плана по открытию клининговой компании в городе Челябинск.

2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА КЛИНИНГОВОЙ КОМПАНИИ

2.1 Описание комплекса услуг

Настоящий проект представляет собой бизнес-план создания клининговой компании «Капля» в городе Челябинск, предоставляющей услуги по уборке помещений, поддержанию чистоты, уходу за объектами недвижимости и прилегающими к ним территориями.

Специализация – коммерческая недвижимость.

Необходимая площадь – 35 кв.м.

Время работы – 10 часов в день.

Краткосрочные цели проекта: выход на рынок клининговых услуг, создание базы постоянных клиентов, закрепление в штате компании постоянных сотрудников, создание положительного образа компании, получение прибыли.

Долгосрочные цели проекта: закрепление на рынке клининговых услуг, увеличение количества основного персонала, расширение оказываемых услуг, выход на новые рынки (кейтеринг, сервисное обслуживание инженерных систем), минимизация издержек, расширение сферы влияния и как следствие выход на региональный рынок.

Прежде, чем рассматривать бизнес-план создания клининговой компании, следует провести анализ рынка клининговых услуг.

Клининг (от англ. «clean» – чистота) – профессиональная деятельность специализированных компаний в сфере уборки помещений, поддержания чистоты, ухода за объектами недвижимости и прилегающими территориями. В России первые клининговые компании возникли в 1992-1994 гг. вместе с появлением первых совместных предприятий, являвшихся на тот момент единственными потребителями их услуг. Сейчас объем отечественного рынка клининга оценивается в \$200-220 млн., на долю Москвы приходится \$100-150 млн. Ежегодные темпы роста составляют около 30%. Согласно оценкам экспертов, на столичном рынке работает более 300 уборочных фирм [30].

По размеру бизнеса клининговые фирмы можно условно поделить на 4 большие категории [30]:

- крупнейшие операторы (численность более 500 человек) – около 67%;
- крупные операторы (численность от 200 до 500 человек) - около 15%;
- средние операторы (численность от 50 до 200 человек) – около 7%;
- мелкие операторы (численность персонала до 50 человек) – около 11%.

Под численность персонала понимается количество сотрудников, непосредственно занятых в уборке. Ядро продаж (более 80% в стоимостном эквиваленте) на клининговом рынке Москвы приходится на первую и вторую категории. Крупных заказчиков имеют всего около 50 компаний. Самой многочисленной в количественном отношении является четвертая группа: подобных предприятий в Москве более сотни. Среди них преобладают фирмы с количеством работающих 5-20 человек [30].

Кроме того, на рынке клининговых услуг, по оценкам экспертов, работает около сотни «карманных» фирм, являющихся внутренними подразделениями компаний. Будущее у таких подразделений не определено. С одной стороны, они могут начать работать на открытом рынке, расширяя круг клиентов. Однако, что более вероятно, компании постепенно откажутся от такого рода подразделений в пользу рыночных операторов, ассортимент и качество услуг у которых лучше.

И наконец, нельзя не упомянуть об отдельных уборщиках и незарегистрированных частных бригадах, занятых, как правило, на сезонных работах (например, мойка окон). Потребителями таких услуг, как правило, являются частные лица, маленькие магазины и офисы. Эта группа крайне нестабильна – постоянно появляются новые бригады и уходят старые. Оценить, какая часть рынка приходится на долю данной группы, затруднительно.

Основные клиенты клининговых компаний – это супермаркеты и торговые центры, производственные предприятия, транспортные и складские компании, медицинские и спортивные учреждения, офисные и бизнес-центры, крупные международные и российские компании, банки, государственные учреждения,

гостиничные комплексы, развлекательные объекты (кинотеатры, клубы, казино), вокзалы и аэропорты (сегментация потребителей – рисунок 2.1) [30].



Рисунок 2.1 – Сегментация потребителей клининговых услуг

По основным сегментам потребления клининговых услуг структура российского рынка выглядит следующим образом [30]:

- основные потребители клининговых услуг на российском рынке являются офисные помещения – доля составила 41%.
- доля торговых помещений меньше доли офисных помещений на несколько процентов – составляет 39%;
- на гостиницы, рестораны, медицинские, образовательные и жилые помещения приходится 20% потребления данных услуг.

Структура российского рынка по видам клининговых услуг иная:

- ежедневная уборка и уборка прилегающей территории – 63%;
- вывоз мусора и снега, шлифовка и полировка поверхностей вместе с мойкой вертикальных поверхностей – 16%.
- уборка после пожаров и строительных работ, озеленение территории, выделение дополнительного персонала и другие виды клининговых работ – 21%.

При ежедневной уборке рентабельность составляет 5-10%, в то время как рентабельность разовых и специальных работ существенно выше (35% и выше).

По данным Росстата в 2017 г. населению было оказано платных услуг на 3521,3 млрд. рублей. Удельный вес расходов на оплату услуг в потребительских расходах населения в 2017 г. составил 21,3%.

Динамичное развитие услуги клининга в указанных секторах рынка обусловлено их ориентацией на клиента: положительный имидж организации в значительной степени определяется состоянием ее офиса – даже самые сложные в архитектурно-дизайнерском смысле офисы (сложные потолки, обилие стекла и зеркал, натуральное напольное покрытие, множество аксессуаров, дорогая мебель и техника и т.п.) должны быть безупречно и профессионально убраны.

Преимущество специализированных клининговых компаний определяется следующими факторами:

- высокое качество услуг, при этом стоимость услуг не выше расходов на содержание собственной службы уборки;
- расходы на услуги клининговых компаний вычитаются из налогооблагаемой прибыли;
- специалисты клининговых компаний выполняют эксклюзивные и сложные специализированные работы (кристаллизация мраморных покрытий);
- оперативность – уборка делается в течение 1-2 часов и в то время, когда удобно заказчику.

Критериями выбора клининговой фирмы являются: авторитет на рынке, стоимость и ассортимент предоставляемых услуг, уровень используемых в работе оборудования, технологий и химикатов, квалификация персонала, система контроля выполнения уборки.

К наиболее качественному оборудованию, относится техника марок: Electrolux, Chemspec, Numatic International, Techo Trolley System, Kunzle&Tasin, Karcher, Kranzle, Nijfisk, Sarma, Taski, Victor, Wapalto, Wetrok, Petrotechnica, Nilco, Duplex. Ведущие марки химикатов: Chemspec, Caliber, Avmor, Tana [30].

Пакеты услуг формируются под каждого клиента индивидуально. Сотрудник клининговой компании, получив заявку, выезжает на осмотр помещения, чтобы

оценить объем предстоящих работ. В расчете стоимости услуг учитываются такие факторы, как площадь, заставленность, проходимость помещения, допустимое время выполнения работ и др. В итоге предоставляются данные по перечню необходимых работ, количеству сотрудников, графику уборки, продолжительности смены уборщиков. На основе этой информации высчитывается стоимость контракта. Как правило, клининговые фирмы делают такой расчет бесплатно. Некоторые компании для привлечения заказчиков предлагают осмотр убираемых ими помещений, чтобы клиент мог убедиться в качестве предоставляемых услуг.

К стандартному набору услуг, предоставляемых клининговыми фирмами, относятся:

- ежедневная, генеральная и послестроительная уборка;
- химическая очистка твердого напольного покрытия с нанесением защитного полимерного покрытия;
- шлифовка гранитного пола;
- шлифовка мраморного пола;
- химчистка ковровых покрытий с выведением пятен;
- мытье стеклянных поверхностей;
- мытье стеклянных поверхностей промышленными альпинистами;
- чистка диванов, кресел, стульев;
- очистка кровли от снега и т.д.

Кроме того, компания может оказывать нестандартные услуги: подкрас ковров, дератизация и т.д. Услуги предоставляются как в комплексе, так и отдельно, на регулярной или разовой основе.

Точкой роста клининговых услуг, по словам экспертов, в Челябинске можно считать примерно 2010 год [29]. К 2013-му рынок заполнился ровно до того состояния, когда качество не успевало за количеством: число фирм росло, но при этом внушающего доверия предложения было не так много. После последовавших финансовых потрясений рынок начал самоочищаться, недобросовестные

конкуренты с него «ушли», а затем вновь пошел небольшой рост. Сейчас по запросу «клининговая компания» челябинский сегмент сервиса «ДубльГИС» выдает 125 результатов.

За последние годы, с 2015-го по 2017-ый, количество фирм в Челябинске выросло, примерно на 15% [29]. Но это не гарантирует заказчику качества выполненных работ. В этой сфере очень важны рекомендации, особенно в условиях экономической нестабильности. В настоящий момент основной объем заказов идет от бизнеса и от госструктур, а вот на бытовом клининге жители города стали ощутимо экономить. Поэтому очень ценятся контракты с промышленными предприятиями и учреждениями. Однако промышленный клининг остается прерогативой более крупных компаний.

Сегодня ситуация складывается таким образом, что на рынке осуществляет деятельность достаточно большое количество клининговых фирм, предоставляющих услуги по уборке помещений различного назначения. Конкуренция достаточно серьезная, что неизбежно будет приводить к повышению качества стандартов в сфере российского клининга. Современным компаниям и частным лицам важен не просто результат, а выполнение качественных уборочных работ по современным технологиям. Именно поэтому все лидирующие игроки рынка стремятся постоянно совершенствовать используемое оборудование, оттачивать навыки сотрудников в данной области.

В целом по России, по имеющимся данным, 50% спроса на клининговые услуги приходится на торговые центры, по 18% на медицинские учреждения и бизнес-центры.

Новое предприятие «Капля» специализируется на оказании населению услуг по профессиональной уборке помещений. Компания зарегистрирована индивидуальным предпринимателем без образования юридического лица.

Уборка помещений является доходной услугой, так как данной проблемой, в своем большинстве, озабочены люди со средним и выше среднего доходом. Важно отметить низкую конкуренцию по данному виду услуг. Опросы среди руково-

дителей коммерческих предприятий показали, что существует высокий спрос на найм сторонних организаций или индивидуальных предпринимателей для выполнения уборки, которая отнимает много времени.

Все работы будут проводиться с использованием наших моющих средств и других инструментов, необходимых для данного вида услуг.

Клининговая компания «Капля» будет оказывать следующие виды услуг:

1) Генеральная уборка помещений:

- уборка напольных поверхностей;
- уборка поверхностей стен и дверей;
- уборка лестниц и лестничных площадок;
- уборка стеклянных, зеркальных и металлических поверхностей;
- уборка пыли с оргтехники, мебели и элементов интерьера;
- уборка санитарно-гигиенических комнат;

2) Послеремонтная уборка помещений:

- машинная чистка, влажная уборка полов;
- химическая чистка ковров;
- удаление пыли и чистка плинтусов;
- удаление пыли и чистка всех горизонтальных поверхностей;
- мойка дверных блоков;
- удаление пыли и чистка локальных загрязнений со всех стеклянных поверхностей, а также мойка окон;

- удаление пыли и чистка вентиляционных отверстий;

- комплексная уборка санузлов;

3) Ежедневная уборка помещений:

- влажная уборка полов;
- чистка плинтусов;
- зачистка мусора: вынос, мытье мусорных корзин;
- очистка пепельниц;
- чистка ковровина с использованием пылесоса;

- удаление пятен и загрязнения оргтехники и бытовой аппаратуры;
- мойка окон, зеркал;
- полировка деревянных и стеклянных поверхностей интерьера.

Финансовые показатели проекта:

Объем первоначальных вложений – 646 698,00 руб.;

Чистый дисконтированный доход (NPV) – 1 680 512,18 руб.;

Простой срок окупаемости (PB) – 222 дня;

Дисконтированный срок окупаемости (DPB) – 275 дней;

Индекс прибыльности (PI) – 1,327;

Внутренняя норма доходности (IRR) – 134,6%.

Клининговая компания как бизнес является высокодоходной и перспективной при грамотной организации производства, несмотря на ужесточившиеся условия деятельности на рынке. Число граждан, желающих воспользоваться услугами Клининговых компаний, неуклонно растет. Следовательно, количество заказов на данные услуги будет расти.

Актуальности данной тенденции в настоящее время придает экономический кризис, который заставляет экономить предприятия на содержании в штате уборщиц и оплачивать соответствующие налоги.

Клининговая компания на условиях вложения значительных объемов инвестиций, приносит высокий доход и окупает производство в течение одного-двух лет. Поэтому финансовые вложения в создание клининговой компании вполне оправданы.

2.2 План маркетинга

На начальном этапе деятельности компании необходимо донести информацию о своих услугах до потенциальных клиентов. Для этого предусмотрено создание Интернет-сайта. Широкий перечень услуг, оптимальная цена, высокое качество – все делает услуги клининговой компании «Капля» привлекательными для клиен-

тов юридических и физических лиц. Основным направлением привлечения клиентов компании является реклама в сети интернет, и работа офис-менеджера и менеджера по продажам услуг, которые по телефону обзванивают потенциальных клиентов, и заключают в дальнейшем договоры на обслуживание.

Интернет-сайт необходимо сделать seo-оптимизированным с возможностью принятия заказов через него и групп в социальных сетях (Вконтакте, Facebook, Instagram). Группы в социальных сетях необходимо вести активно, чтобы потенциальные клиенты видели, что компания работает, и знали, что на их заявку придет быстрый ответ. Но ставить только на онлайн-рекламу не стоит. Необходимо применение и оффлайн-форматов при продвижении услуг компании, например, раздаточные материалы.

Постоянный активный маркетинг будет сводить на ноль прибыль предприятия, если качество услуг будет низким. Качественное выполнение услуги, высокая доля возврата клиентов – вот чего необходимо добиться в первую очередь.

В таблицах 2.1 – 2.3 представлены средние расценки на услуги клининговых компаний, действующих на рынке. Средний чек составляет 3000 руб.

Таблица 2.1 – Расценки на уборку квартир, руб.

Тип уборки/кол-во комнат	1	2	3	4	5+
Регулярная	1500	2000	2500	3500	4000
Генеральная	5000	6000	6500	8000	10000
Послестроительная	7000	8000	10000	15000	18000

Таблица 2.2 – Расценки на уборку домов, руб.

Тип уборки	За кв. м
Регулярная	50
Генеральная	100
Послестроительная	125

Таблица 2.3 – Расценки на дополнительные услуги

Услуга	Стоимость
Диван, руб. за место	500
Кресло, руб. за шт	500
Матрас, руб. за место	1000
Стул, руб. за шт	100
Мойка стандартного окна, руб. за шт	250

Продолжение таблицы 2.3

Услуга	Стоимость
Мойка витражного окна, руб. за шт	500
Мойка стандартного балкона, руб. за балкон	1500
Мойка витражного балкона, руб. за балкон	2500
Глажка, руб. за час	500
Мойка духовки / микроволновой печи изнутри, руб. за шт	600
Мойка холодильника изнутри, руб. за шт	600

Далее рассмотрим план производства и сбыта.

2.3 План производства и сбыта

В планах организации Клининговой компании «Капля» предполагается зарегистрировать фирму, арендовать помещение под офис, нанять персонал, приобрести оборудование, провести рекламную кампанию для создания клиентской базы и непосредственное оказание услуг.

1. Затраты на регистрацию. Чтобы начать осуществлять предпринимательскую деятельность, нужно определить вид организационно правовой формы данного вида бизнеса.

Индивидуальный предприниматель – физическое лицо, получившее после государственной регистрации право на ведение предпринимательской деятельности. Незаконное предпринимательство влечет за собой административную и уголовную ответственность.

Регистрация ИП – несложный процесс, пройти его можно самостоятельно или обратившись за помощью к профессиональным регистраторам. Оформление ИП происходит в налоговой инспекции по адресу места жительства (прописки), а при ее отсутствии ИП регистрируют по адресу временной регистрации.

За регистрацию ИП государство взимает пошлину в размере 800 рублей.

Таким образом, итоговые затраты на регистрацию ИП составят 800 рублей.

2. Затраты на покупку оборудования. Клининговая компания «Капля» будет осуществлять клининговые услуги, касающиеся химчистки текстильных, кожа-

ных и меховых поверхностей. Следовательно, для осуществления основной экономической деятельности компании понадобится следующее оборудование в первые годы оказания услуг:

- пылесос – 3 штуки;
- пылеводосос – 2 штуки;
- ковромоечная машина – 2 штуки;
- парогенератор – 1 штука;
- тележка для перевозки моющих средств комбинированная – 4 штуки.

Поскольку компания предоставляет услуги с выездом к месту осуществления заказа, появляется необходимость наличия автомобиля. Планируется использовать личный автотранспорт индивидуального предпринимателя, следовательно, в первые годы деятельности компании «Капля» на ее балансе не будет числиться автомобиль, что означает, что он не будет включен в капитальные затраты, и амортизация по нему не будет начисляться.

Данные о расчете необходимых затрат на покупку оборудования представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Затраты на приобретение оборудования

Наименование	Цена за ед., руб.	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Пылесос	18 386,00	3	55 158,00
Пылеводосос	28 415,00	2	56 830,00
Ковромоечная машина	61 286,00	2	122 572,00
Парогенератор	173 412,00	1	173 412,00
Тележка	16 018,00	4	64 072,00
Итого:	-	12	472 044,00

Таким образом, суммарные итоговые затраты на покупку оборудования составят 427 044 рубля 00 копеек. Закупка оборудования будет осуществляться у компании «Claenfix».

3. Затраты на электронно-вычислительную технику. Для осуществления основной деятельности данной компании возникнет необходимость в покупке 2 компьютеров и 1 МФУ, так как 1 компьютер будет использоваться администратором, который будет принимать заказы, в том числе онлайн, и 1 компьютер и МФУ

будут использоваться бухгалтером для ведения основных видов отчетности фирмы и документооборота. Электронно-вычислительная техника для компании «Капля».

Расходы на приобретение офисной техники представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Затраты на приобретение офисной техники

Наименование	Цена за ед., руб.	Количество, шт.	Стоимость, руб.
Компьютер	13 490,00	2	26 980,00
МФУ лазерное	8 900,00	1	8 900,00
Итого	-	3	35 880,00

Таким образом, затраты на оргтехнику составят 35 880 рублей 00 копеек.

4. Затраты, связанные с приобретением программного обеспечения. Для ведения бухгалтерской отчетности необходимо приобрести специализированное программное обеспечение – 1С: Бухгалтерия 8. Стоимость данного продукта составляет 13 000 рублей 00 копеек. Затраты единовременные, дополнительные обязательные затраты в будущем не требуются.

В связи с приобретением 2 единиц компьютерной техники появляется потребность в антивирусном программном обеспечении. Программа «Антивирус Касперского. Total security» предполагает ее использование на 2 компьютера. Единовременные затраты – 1990 рублей за каждую программу.

Затраты на приобретение программного обеспечения приведены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Затраты на приобретение программного обеспечения

Наименование	Цена за ед., руб.	Количество, шт.	Стоимость, руб.
1С: Бухгалтерия 8	13 000,00	1	13 000,00
«Антивирус Касперского. Total security»	1 990,00	2	3 980,00
Итого	-	3	16 980,00

5. Затраты на создание сайта. Для привлечения клиентов, а также для их осведомления о деятельности нашей фирмы и возможности оформления заказа онлайн было принято решение о создании корпоративного сайта. На нем будет указана основная информация о деятельности клининговой компании «Капля», отзывы

клиентов, онлайн форм для оформления заказа, онлайн-консультант, а также прайс-лист оказываемых услуг.

Разработкой и созданием корпоративного сайта для клининговой компании «Капля» займется ИП Селин. Стоимость данной услуги составляет 9 730 рублей. Ежемесячная оплата за обслуживание сайта в размере 4 300 рублей 00 копеек.

Текущие расходы – это выраженные в денежной форме затраты трудовых, материальных, финансовых и других ресурсов предприятия, связанные с осуществлением его текущей хозяйственной деятельности и возмещаемые в течение одного операционного цикла в составе цены продукции.

б. Затраты на аренду помещения. Одной из наиболее важных проблем для нового предприятия является поиск помещения, в котором будет осуществляться основная деятельность и действия по ее координации. Местоположение этого помещения должно соответствовать условиям деятельности организации, то есть при необходимости быть максимально приближенным к потенциальному клиенту. От этого чаще всего зависят затраты на арендные платежи, так как площади в центре города стоят в несколько раз дороже, чем арендные платежи для помещений на окраине города.

Клининговая компания «Капля» осуществляет услуги с выездом к месту заказа, следовательно, для осуществления деятельности необходим только офис, в котором будут находиться администратор, бухгалтер, директор, а также отдельная комната в этом офисе, где будет храниться весь необходимый инвентарь и оборудование. Т.е. нет необходимости арендовать помещение в центре города, а достаточно будет найти офис на окраине города, где арендная плата будет ниже.

Целесообразным является выбор офисного помещения в Курчатовском районе города Челябинск в бизнес-центре «Grand Vera». Площадь – 35 кв. м, арендная плата – 17 500 рублей 00 копеек в месяц, все коммунальные платежи включены в стоимость аренды: коммунально-эксплуатационные услуги (электроэнергия, вывоз мусора), уборка 3 раза в неделю, бесплатная парковка, охрана. Режим работы делового центра: с 8.00 до 21.00 с понедельника по субботу.

7. Затраты на инвентарь и чистящие средства для осуществления основной деятельности. Для осуществления основной экономической деятельности клининговой компанией «Капля» будут необходимы химические и расходные материалы, представленные в таблице 2.7

Таблица 2.7 – Расчет затрат на материалы, необходимые для осуществления основной деятельности

Наименование	Цена за единицу, руб.	Месячная потребность, упак.	Стоимость, руб.
Салфетки для сбора влаги, 10 шт.	376,00	2	752,00
Губка универсальная, 10 шт.	543,00	2	1 086,00
Низкопенящийся шампунь для ворса, 10л.	2 159,00	1	2 159,00
Пятновыводитель, 1л.	905,00	1	905,00
Защищающая пропитка, 5л.	5 920,00	2	11 840,00
Пятновыводитель для ворса, 10 л.	5 878,00	1	5 878,00
Растворитель жиров животного и растительного происхождения, 10 л.	2 925,00	1	2 925,00
Средство для удаления жевательной резинки, 0,25 л.	557,00	1	557,00
Крем-очиститель для гладкой и зернистой кожи, 0,2 л.	334,00	2	668,00
Деликатное средство для шерсти и шелка, 1 л.	836,00	4	3 344,00
Латексные защитные перчатки, 50 шт.	397,00	2	794,00
Мешки для мусора 12л., 65 шт.	272,00	3	816,00
Щетка для грубых поверхностей, 1 шт.	315,00	8	2 520,00
Щетка для деликатного очищения, 1 шт.	340,00	8	2 720,00
Итого:		38	36 964,00

Таким образом, ежемесячные затраты на материалы составят 36 964 рубля. Закупка материалов будет осуществляться у компании «Claenfix».

8. Затраты на обслуживание сайта.

Стоимость обслуживания созданного компанией «Аспро» корпоративного сайта составляет 4 300 рублей 00 копеек ежемесячно.

9. Затраты, связанные с оплатой общих хозяйственных услуг.

а) Затраты на рекламу. Продвижение компании будет производиться за счет размещения рекламных объявлений на Интернет-ресурсах, в социальных сетях, а также за счет размещения рекламных баннеров и вывесок по городу.

Стоимость рекламы на таких Интернет-площадках как Яндекс.Директ и Google Adwords составляет 35 000 рублей в месяц, соответственно, 420 000 рублей в год. Размещение рекламных вывесок и баннеров и по городу – 180 000 руб-

лей в год. Таким образом, итоговые затраты на размещение рекламы составят 600 000 рублей в год или 50 000 рублей ежемесячно.

б) Затраты на интернет и телефонную связь. Для обеспечения необходимых условий труда для директора, администратора и бухгалтера возникает потребность в интернете и телефонной связи. Данные затраты ежемесячно будут составлять 2 500 рублей 00 копеек.

в) Затраты, связанные с оплатой коммунальных услуг. В соответствии с договором аренды все затраты по оплате коммунальных услуг берет на себя арендодатель, следовательно, данная статья затрат не учитывается предприятием.

10. Затраты на заработную плату. Штат сотрудников клининговой компании «Капля» представлен в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Штат сотрудников клининговой компании «Капля»

Должность	Количество штатных единиц
Директор	1
Бухгалтер	1
Администратор	1
Уборщик	7

Суммарное количество сотрудников компании составляет 10 человек.

Организационная структура линейная – все сотрудники подчиняются непосредственно директору.

Директор руководит бизнесом и принимает решения, связанные с текущей и дальнейшей деятельностью организации.

Бухгалтер несет ответственность за финансовую и бухгалтерскую отчетность.

Администратор управляет работой уборщиков и координирует их действия, принимает заказы от клиентов онлайн и по телефону. Также в его обязанности входит вести официальную страницу компании в социальных сетях.

Штатное расписание клининговой компании «Капля» представлено в таблице 2.9 и включает в себя расчет суммарных месячных и годовых затрат фирмы на заработную плату работников.

Таблица 2.9 – Штатное расписание клининговой компании «Капля»

Должность	Тарифная ставка, руб./мес.	Количество штатных единиц	Затраты на оплату труда за месяц, руб.	Затраты на оплату труда за год, руб.
Директор	25 000,00	1	25 000,00	300 000,00
Бухгалтер	20 000,00	1	20 000,00	240 000,00
Администратор	18 000,00	1	18 000,00	216 000,00
Уборщик	15 000,00	7	105 000,00	1 260 000,00
Итого:	78 000,00	10,00	168 000,00	2 016 000,00

Государственный внебюджетный фонд – фонд денежных средств, образуемый вне федерального бюджета и бюджетов субъектов РФ и предназначенный для реализации прав граждан на пенсионное обеспечение, социальное страхование, охрану здоровья и медицинскую помощь. Законодательство предусматривает обязательные ежемесячные отчисления во внебюджетные фонды, а именно в фонд социального страхования (2,9%), на обязательное медицинское страхование (5,1%) и на обязательное пенсионное страхование (22%), не включающиеся в заработную плату работника, а выплачиваемые из средств работодателя. Отчисления во внебюджетные фонды представлены в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Отчисления во внебюджетные фонды

Должность	Отчисления в ФСС (2,9%), руб.	Отчисления на обязательное пенсионное страхование (22%), руб.	Отчисления на обязательное медицинское страхование (5,1%), руб.	Итого ежемесячные отчисления в ВБФ, руб.	Итого ежегодные отчисления в ВБФ, руб.
Директор	725,00	5 500,00	1 275,00	7 500,00	90 000,00
Бухгалтер	580,00	4 400,00	1 020,00	6 000,00	72 000,00
Администратор	522,00	3 960,00	918,00	5 400,00	64 800,00
Уборщик	3 045,00	23 100,00	5 355,00	31 500,00	378 000,00
Итого	4 872,00	36 960,00	8 568,00	50 400,00	604 800,00

Таким образом, суммарные ежемесячные отчисления в ФСС составят 4 872 рубля, в ПФР – 36 960 рублей, в ФФОМС – 8 568 рублей. Сумма отчислений во внебюджетные фонды за месяц составит 50 400 рублей. Сумма отчислений во внебюджетные фонды за год составит 604 800 рублей.

11. Амортизационные отчисления. Амортизация в бухгалтерском учёте – процесс переноса по частям стоимости основных средств и нематериальных активов

по мере их физического или морального износа на стоимость производимой продукции (работ, услуг).

Амортизационные отчисления – отчисления части стоимости основных фондов для возмещения их износа.

В налоговом учете применяются два метода начисления амортизации: линейный и нелинейный (пункт 1 статьи 259 НК РФ).

При применении одного из этих методов сумма амортизации определяется для целей налогообложения ежемесячно, в соответствии с нормой амортизации, исходя из срока полезного использования объекта. Причем амортизация начисляется отдельно по каждому объекту амортизируемого имущества.

Бухгалтер будет пользоваться линейным методом начисления амортизации.

При линейном методе сумма амортизации в отношении объекта амортизируемого имущества определяется исходя из первоначальной стоимости или текущей (восстановительной) стоимости (в случае проведения переоценки) объекта основных средств и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования данного объекта.

При применении линейного метода, норма амортизации по каждому объекту амортизируемого имущества определяется по формуле (2.1):

$$K = 1/n * 100\%, \quad (2.1)$$

где K – норма амортизации в процентах к первоначальной (восстановительной) стоимости объекта амортизируемого имущества;

n – срок полезного использования данного объекта амортизируемого имущества, выраженный в месяцах.

Расчет суммы амортизационных отчислений клининговой компании «Капля» представлен в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Расчет суммы амортизационных отчислений для оборудования клининговой компании «Капля»

Наименование	Кол-во, шт.	Первоначальная стоимость, руб.	Срок полезного использования, лет	Сумма амортизации в мес., руб.	Сумма амортизации за год, руб.
Пылесос	3	18 386,00	5	919,30	11 031,60
Пылесос	2	28 415,00	5	947,17	11 366,00
Ковромоечная машина	2	61 286,00	7	1 459,19	17 510,29
Парогенератор	1	173 412,00	6	2 408,50	28 902,11
Тележка	4	16 018,00	2	2 669,67	32 036,00
Итого				8 404,00	100 846,00

Таким образом, суммарные месячные амортизационные отчисления составят 8 404 рубля 00 копеек, а годовые – 100 846 рублей 00 копеек.

12. Затраты, связанные с уплатой налогов.

Поскольку клининговая компания «Капля» по своей организационно-правовой форме является индивидуальным предпринимательством, целесообразным будет применение упрощенной системы налогообложения (УСН).

Упрощённая система налогообложения (УСН) – специальный налоговый режим, направленный на снижение налоговой нагрузки на субъекты малого бизнеса, а также облегчение и упрощение ведения налогового учёта и бухгалтерского учёта. Статьей 346.20 Налогового кодекса РФ устанавливаются следующие налоговые ставки по налогу, взимаемому в связи с применением Упрощённой системы налогообложения (УСН):

- 6%, если объектом налогообложения является доход организации,
- от 5 до 15%, если объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов.

Для целей настоящей выпускной квалификационной работы выберем объектом налогообложения доходы, уменьшенные на величину расходов организации по ставке 15%.

13. Банковские проценты, проценты по займам. Поскольку предприятие вновь создавшееся, индивидуальному предпринимателю логичным будет взять в банке кредит. Для определения банковского процента необходимо определить суммар-

ные капитальные затраты и суммарные ежемесячные текущие затраты. Данные представлены в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Суммарные капитальные вложения и ежемесячные текущие затраты клининговой компании «Капля»

Категория затрат	Сумма, руб.
1. Регистрация ИП	800
2. Оборудование	472 044,00
3. Офисная техника	35 880,00
4. Программное обеспечение	16 980,00
5. Аренда помещения	17 500,00
6. Покупка расходных материалов	36 964,00
7. Создание и обслуживание сайта	14 030,00
8. Общие хозяйственные услуги	52 500,00
- Коммунальные платежи	0
- Интернет и телефонная связь	2 500,00
- Реклама	50 000,00
Итого:	646 698,00

Объем первоначальных инвестиций, необходимых для открытия клининговой компании «Капля», составляет 646 698 рублей.

2.4 Инвестиционный план

Для реализации инвестиционного проекта было решено профинансировать его полностью за счет заемных средств в банке.

Банк «Ренессанс Кредит» предлагает следующие условия кредитования по программе «Бизнес-Инвест»:

- Величина кредита – 650 000 рублей 00 копеек;
- Срок кредита – 36 месяцев;
- Кредитная ставка – 15,3% годовых;
- Обязательное материальное обеспечение;
- Форма погашения – аннуитетные платежи.

Величина аннуитетного платежа определяется по формулам (2.2) и (2.3):

$$A = K * S \quad (2.2)$$

где A – ежемесячный аннуитетный платеж,
 K – коэффициент аннуитета,
 S – сумма кредита.

$$K = \frac{i*(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \quad (2.3)$$

где K – коэффициент аннуитета,
 i – месячная процентная ставка по кредиту,
 n – количество периодов, в течение которых выплачивается кредит.

Рассчитаем величину аннуитетных платежей, применив вышеприведенные формулы. Данные расчетов и график выплат представлены в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – График аннуитетных платежей по кредиту

№ платежа	Дата платежа	Сумма платежа	Основной долг	Начисленные проценты	Остаток задолженности
1	Январь, 2019	22 628,07	14 340,57	8 287,50	635 659,43
2	Февраль, 2019	22 628,07	14 523,42	8 104,66	621 136,01
3	Март, 2019	22 628,07	14 708,59	7 919,48	606 427,42
4	Апрель, 2019	22 628,07	14 896,12	7 731,95	591 531,30
5	Май, 2019	22 628,07	15 086,05	7 542,02	576 445,25
6	Июнь, 2019	22 628,07	15 278,40	7 349,68	561 166,85
7	Июль, 2019	22 628,07	15 473,20	7 154,88	545 693,66
8	Август, 2019	22 628,07	15 670,48	6 957,59	530 023,18
9	Сентябрь, 2019	22 628,07	15 870,28	6 757,80	514 152,90
10	Октябрь, 2019	22 628,07	16 072,62	6 555,45	498 080,28
11	Ноябрь, 2019	22 628,07	16 277,55	6 350,52	481 802,73
12	Декабрь, 2019	22 628,07	16 485,09	6 142,98	465 317,64
13	Январь, 2020	22 628,07	16 695,27	5 932,80	448 622,37
14	Февраль, 2020	22 628,07	16 908,14	5 719,94	431 714,23
15	Март, 2020	22 628,07	17 123,72	5 504,36	414 590,51
16	Апрель, 2020	22 628,07	17 342,04	5 286,03	397 248,47
17	Май, 2020	22 628,07	17 563,15	5 064,92	379 685,32
18	Июнь, 2020	22 628,07	17 787,09	4 840,99	361 898,23
19	Июль, 2020	22 628,07	18 013,87	4 614,20	343 884,36
20	Август, 2020	22 628,07	18 243,55	4 384,53	325 640,81
21	Сентябрь, 2020	22 628,07	18 476,15	4 151,92	307 164,66
22	Октябрь, 2020	22 628,07	18 711,72	3 916,35	288 452,94
23	Ноябрь, 2020	22 628,07	18 950,30	3 677,77	269 502,64
24	Декабрь, 2020	22 628,07	19 191,91	3 436,16	250 310,72
25	Январь, 2021	22 628,07	19 436,61	3 191,46	230 874,11
26	Февраль, 2021	22 628,07	19 684,43	2 943,64	211 189,68

Продолжение таблицы 2.13

27	Март, 2021	22 628,07	19 935,40	2 692,67	191 254,28
28	Апрель, 2021	22 628,07	20 189,58	2 438,49	171 064,70
29	Май, 2021	22 628,07	20 447,00	2 181,07	150 617,70
30	Июнь, 2021	22 628,07	20 707,70	1 920,38	129 910,00
31	Июль, 2021	22 628,07	20 971,72	1 656,35	108 938,28
32	Август, 2021	22 628,07	21 239,11	1 388,96	87 699,17
33	Сентябрь, 2021	22 628,07	21 509,91	1 118,16	66 189,26
34	Октябрь, 2021	22 628,07	21 784,16	843,91	44 405,11
35	Ноябрь, 2021	22 628,07	22 061,91	566,17	22 343,20
36	Декабрь, 2021	22 628,07	22 343,20	284,88	0,00
Итого		814 610,63	650 000,00	164 610,63	

Ежемесячный аннуитетный платеж для кредита в размере 650 000 рублей 00 копеек составляет 22 628,07 рублей при ежегодной ставке 15,3% и сроке кредита 36 месяцев. Годовая сумма кредитных платежей составит 271 536,84 рублей, а сумма платежей за весь период кредитования – 814 610,63.

Составим план расходов клининговой компании «Капля» (таблица 2.14).

Таблица 2.14 – План расходов клининговой компании «Капля».

Наименование статьи расходов	Первый год работы, руб.	Второй год работы, руб.	Третий год работы, руб.
Арендная плата	210 000,00	210 000,00	210 000,00
Зарботная плата	2 016 000,00	2 016 000,00	2 016 000,00
Отчисления в ВБФ	604 800,00	604 800,00	604 800,00
Амортизация	100 846,00	100 846,00	100 846,00
Обслуживание сайта	51 600,00	51 600,00	51 600,00
Расходные материалы	36 964,00	36 964,00	36 964,00
Реклама	600 000,00	600 000,00	600 000,00
Интернет и телефон	2 500,00	2 500,00	2 500,00
Выплаты по кредиту	271 536,88	271 536,88	271 536,88
Итого:	3 894 246,88	3 894 246,88	3 894 246,88

Таким образом, суммарные расходы за каждый год работы составят 3 894 246,88 рублей.

2.5 Финансовый план

Далее рассчитаем доходы инвестиционного проекта от основной деятельности. Данные расчетов представлены в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – План доходов клининговой компании «Капля»

Наименование услуги		Цена, руб.	Объем заказов за 1 год	Доход за 1 год, руб.	Объем заказов за 2 год	Доход за 2 год, руб.	Объем заказов за 3 год	Доход за 3 год, руб.
Химчистка мягкой мебели	Диван 2-местный	1500	190	285 000	219	327 750	241	361 500
	Диван 3-местный	2 100	230	483 000	265	555 450	291	611 100
	Диван 4-местный угловой	2 700	180	486 000	207	558 900	228	615 600
	Диван 5-местный угловой	3 450	130	448 500	150	515 775	165	569 250
	Диван 6-местный угловой	4 350	100	435 000	115	500 250	127	552 450
	Посадочное место дивана	600	200	120 000	230	138 000	253	151 800
	Кресло	750	210	157 500	242	181 125	266	199 500
	Стул с мягкой спинкой	225	220	49 500	253	56 925	279	62 775
	Стул без мягкой спинки	150	190	28 500	219	32 775	241	36 150
	Офисный стул	300	140	42 000	161	48 300	178	53 400
	Кухонный уголок	1 500	270	405 000	311	465 750	342	513 000
	Химчистка матрасов	Матрас односпальный	1 800	300	540 000	345	621 000	380
Матрас двуспальный		2 250	410	922 500	472	1 060 875	519	1 167 750
Химчистка ковров (рублей за кв. м.)	Ковер синтетический	180	200	36 000	230	41 400	253	45 540
	Ковролин (до 100 м ²)	150	250	37 500	288	43 125	317	47 550
	Ковролин (101 – 300 кв. м.)	135	50	6 750	58	7 762	64	8 640
	Ковролин (от 301 м ²)	120	30	3 600	35	4 140	38	4 560
Химчистка колясок	Коляска	1 125	90	101 250	104	116 437,5	114	128 250
	Итого		3 390	4587600	3 899	5275740	4 296	5812815

Расчет производился, исходя из цен на услуги и количество заказов в год по оценкам маркетологов компании. Планируемый прирост заказов составляет 15% после первого года работы и 10% после второго года работы компании.

Таким образом, доходы клининговой компании после первого года работы составили 4 587 600 рублей 00 копеек, после второго года – 5 275 740 рублей 00 копеек, после третьего года – 5 812 815 рублей 00 копеек.

Далее рассчитаем чистую прибыль рассматриваемого инвестиционного проекта. Результаты произведенных расчетов приведены в таблице 2.16.

Таблица 2.16 – Чистая прибыль клининговой компании «Капля»

Наименование показателя	1 год работы	2 год работы	3 год работы
Доходы, руб.	4 587 600,00	5 275 740,00	5 812 815,00
Расходы, руб.	3 894 246,88	3 894 246,88	3 894 246,88
Прибыль до налогообложения, руб.	693 353,12	1 381 493,12	1 918 568,12
Налоговая ставка, %	138 670,62	276 298,62	383 713,62
Чистая прибыль, руб.	554 682,50	1 105 194,50	1 534 854,50

Таким образом, чистая прибыль после вычета налога после первого года работы составляет 554 682,50, после второго года работы – 1 105 194,50, после третьего года – 1 534 854,50. Данные результаты можно расценивать как положительный фактор.

2.6 Оценка эффективности проекта и рисков

Эффективность инвестиционного проекта – категория, отражающая соответствие результатов проекта целям и интересам его участников.

Схема оценки эффективности инвестиционного проекта:

1. Простой метод:

- Рассчитывается чистый доход (NV);
- Норма прибыли (ARR);
- Простой срок окупаемости (PB).

2. Методы дисконтирования:

- Чистый дисконтированный доход (NPV);
- Внутренняя норма рентабельности (IRR);
- Дисконтированный период окупаемости (DBP);
- Индекс доходности (PI).

Рассчитаем эти показатели для проекта.

1. Чистый доход. Характеризует эффективность инвестиций в абсолютных значениях и рассчитывается по формуле (2.4):

$$NV = \sum_{t=0}^T CF_t - \sum_{t=0}^T I_t, \quad (2.4)$$

где CF_t – денежный поток t-го периода;

I_t – инвестиции t-го периода;

T – горизонт расчета.

$$NV = 554\,682,50 + 1\,105\,194,50 + 1\,534\,854,50 - 646\,698,00 = 2\,548\,033,49$$

Рассчитанное значение чистого дохода больше 0, следовательно, проект следует считать приемлемым.

2. Норма прибыли. Этот показатель характеризует среднюю величину прибыльности проекта и рассчитывается по формуле (2.5):

$$ARR = \frac{\overline{Pr}}{I} * 100\%, \quad (2.5)$$

где Pr – среднегодовая прибыль,

I – инвестиции.

$$ARR = \frac{(554\,682,50 + 1\,105\,194,50 + 1\,534\,854,50)/3}{646\,698,00} * 100\% = 164,67\%$$

Нормы прибыли имеет высокое значение, что говорит о высокой рентабельности инвестиционного проекта.

3. Простой срок окупаемости. Данный показатель характеризует время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока, генерируемого инвестиционным проектом, и рассчитывается по формуле (2.6):

$$PB = \frac{I}{\overline{Pr}}, \quad (2.6)$$

где I – инвестиции,

\overline{Pr} – среднегодовая прибыль.

$$PB = \frac{646\,698,00}{(554\,682,50 + 1\,105\,194,50 + 1\,534\,854,50)/3} = 0,607$$

Срок окупаемости составляет 0,607 года или 222 дня. Горизонт расчета 3 года. Срок окупаемости намного меньше горизонта расчета, что характеризует эффективность инвестиционного проекта.

4. Чистый дисконтированный доход

Показатель отражает прогнозную оценку прироста экономического потенциала предприятия в случае принятия рассматриваемого проекта. Рассчитывается по формуле (2.7):

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t}, \quad (2.7)$$

где CF_t – денежный поток за t период

I_t – суммарные и приведенные инвестиционные затраты,

T – горизонт расчета проекта.

Ставка дисконтирования – это та норма доходности (в %), которую необходимо получить инвестору на вложенный капитал, это процентная ставка, используемая для пересчёта будущих потоков доходов в единую величину текущей стоимости. То есть проект является привлекательным для инвестора, если его норма доходности превышает ставку дисконтирования для любого другого способа вложения капитала с аналогичным риском.

В качестве ставки дисконтирования примем ставку по банковскому кредиту, то есть 15,3%.

Подставляем данные в формулу (2.7), и посчитаем денежные потоки в виде текущих стоимостей и получим чистый дисконтированный доход проекта:

$$CF_1 = 554\,682,50 / ((1+0,15)^1) = 482\,332,61 \text{ руб.};$$

$$CF_2 = 1\,105\,194,50 / ((1+0,15)^2) = 835\,685,82 \text{ руб.};$$

$$CF_3 = 1\,534\,854,50 / ((1+0,15)^3) = 1\,009\,191,75 \text{ руб.}.$$

$$NPV = 482\,332,61 + 835\,685,82 + 1\,009\,191,75 - 646\,698,00 = 1\,680\,512,18 \text{ руб.}$$

$NPV > 0$, следовательно, проект привлекателен для инвестирования и требует дальнейшего анализа.

5. Внутренняя норма рентабельности. Показатель отражает такую ставку дисконтирования, при которой проект становится безубыточным, то есть $NPV = 0$.

Внутренняя норма доходности, при которой инвестиционные расходы будут возмещены полностью, равна 134,6%, а ставка дисконтирования равна 15,0% , так как $r < IRR$, значит, проект считается эффективным.

6. Дисконтированный период окупаемости. Дисконтированный срок окупаемости принято понимать, как тот срок, в расчете на который вложение средств в рассматриваемый проект даст ту же сумму денежных потоков, приведенных по фактору времени (дисконтированных) к настоящему моменту, которую за этот же срок можно было бы получить с альтернативного доступного для покупки инвестиционного актива.

При оценке инвестиционных проектов решения могут приниматься исходя из следующих условий:

- проект принимается, если окупаемость имеет место;
- проект принимается только в том случае, если срок окупаемости не превышает установленного для конкретной компании предельного срока.

Данные для расчета дисконтированного срока окупаемости (DBP) представлены в таблице 2.17.

Таблица 2.17 – Данные для расчета дисконтированного срока окупаемости

Период расчета	ИП (первоначальные инвестиции)	ДП (денежный поток)	ДП нарастающим итогом	ДДП (дисконтированный денежный поток)	ДДП нарастающим итогом
0	646 698,00	-646 698,00	0	-646 698,00	0
1	0	554 682,50	554 682,50	482 332,61	482 332,61
2	0	1 105 194,50	1 659 877,00	835 685,82	1 318 018,43
3	0	1 534 854,50	3 194 731,50	1 009 191,75	2 327 210,18

DBP рассчитывается по формуле (2.8):

$$DBP = 0 + \frac{ИЗ - ДДП_1}{ДДП_2}, \quad (2.8)$$

где ИЗ – инвестиционные затраты, тыс.руб.,

ДДП₁ – дисконтированный денежный поток нарастающим итогом в момент 0 периода времени, тыс.руб.,

ДДП₂ – дисконтированный денежный поток в момент 1 периода времени, тыс.руб.

Подставляя данные в формулу (2.8), получим DPB = 0,753 года или 275 дней.

7. Индекс прибыльности характеризует доход на единицу инвестиционных затрат и рассчитывается как отношение дисконтированных доходов по проекту к дисконтированной стоимости инвестиций. PI рассчитывается по формуле (1.3).

Подставив данные в формулу (1.3), получим PI = 1,327, значит, инвестиционный проект принимается для дальнейшего инвестиционного анализа.

Таким образом, рассматриваемый инвестиционный проект по открытию клининговой компании «Капля» в городе Челябинске экономически эффективен и рекомендован к реализации.

Инвестиционные проекты относятся к будущему периоду времени, поэтому с точностью прогнозировать результаты их осуществления проблематично. Такие проекты должны выполняться с учетом возможных рисков. Инвестиционное решение называют рискованным или неопределенным, если оно имеет несколько возможных исходов.

В ходе осуществления деятельности функционирование инвестиционного проекта может сопровождаться рядом негативных факторов.

Таблица 2.18 – Описательный анализ рисков

Риск	Вероятность наступления	Последствия
Изменение регулирующего законодательства	Низкая	Ужесточение условий функционирования бизнеса и снижение рентабельности.
Высокая конкуренция в месте расположения	Средняя	Перераспределение прибыли (спрос может увеличиться незначительно, а количество конкурентов – сильно).
Форс-мажорные обстоятельства	Низкая	Может привести к порче имущества, что влечет дорогостоящий ремонт и восстановление
Сезонные колебания спроса из-за погодных условий	Низкая	Риск не имеет четких прогнозируемых временных границ и не подвержен влиянию погоды
Подбор недостаточно квалифицированного персонала	Высокая	Низкое качество обслуживания, безответственное отношение к имуществу, некомпетентность ведет к недополученной прибыли.
Ошибка выбора правильного месторасположения	Средняя	Исключить неправильное решение может анализ местности, который даст данные для прогноза продаж с учетом плотности потенциальных клиентов.
Недостаток клиентов	Высокая	Снижение объемов выручки и эффективности деятельности в целом
Нестабильность экономической ситуации в стране	Высокая	Снижение объемов выручки и эффективности деятельности в целом
Технологические риски	Высокая	Выбранная технология и ассортимент могут повлечь ряд сложностей в виду неграмотного или нецелевого использования технических мощностей.

Наиболее вероятными являются риски снижения спроса вследствие организационных ошибок и технологические риски – это наиболее критичные угрозы. Основопологающим моментом является подбор квалифицированного персонала. Ошибка в персонале может привести к невосполнимым потерям. Низкий уровень сервиса усиливает риск влияния конкурентной среды.

Рассчитаем точку безубыточности по проекту. Определим значение точки безубыточности по формуле 1.6 в таблице 2.19.

Таблица 2.19 – Данные для определения точки безубыточности по проекту

Наименование показателя	1 год работы	2 год работы	3 год работы
Доходы, руб.	4 587 600,00	5 275 740,00	5 812 815,00
Расходы, руб., в том числе:	3 894 246,88	3 894 246,88	3 894 246,88
Постоянные затраты, руб.	3 254 782,88	3 254 782,88	3 254 782,88
Переменные затраты, руб.	639 464,00	639 464,00	639 464,00
Значение точки безубыточности, руб.	3 781 947,21	3 703 702,76	3 657 097,84

На точку безубыточности большое влияние оказывают такие факторы, как изменение цены на продукцию, динамика постоянных и переменных затрат. С ростом цены на продукцию минимальный объем производства, соответствующий точке безубыточности, уменьшается, а при снижении цены, наоборот, возрастает. С повышением постоянных расходов объем реализации увеличивается. Сохранение безубыточного производства с ростом переменных затрат возможно за счет увеличения минимального объема производства.

Таким образом, выгоды инвестиционного проекта:

- получение стабильной прибыли;
- создание известного «имени» компании;
- расширение доли рынка;
- выход на региональные рынки.
- востребованность. В Челябинске есть платежеспособная аудитория, не желающая или не имеющая возможности убираться дома самостоятельно. Даже те, кто убирается дома самостоятельно, заказывают дополнительные услуги, такие как химчистка матрасов и ковров.

Риски инвестиционного проекта:

- неудачное позиционирование компании;
- поиск и удержание персонала, занятого уборкой;
- высокая конкуренция на рынке;
- экономический кризис;
- форс-мажорные обстоятельства.

Общий фон угроз для проекта – благоприятный. Рынок находится в стадии развития, и спрос превышает предложение, имея тенденцию к увеличению. При грамотном организационном подходе бизнес является перспективным и позволяет очень гибко реагировать на появление любого риска, для чего следует внимательно относиться к маркетинговому планированию, жесткому регулированию рабочих и сервисных процессов, активному продвижению услуг.

Выводы по разделу два

Инвестиционный проект представляет собой бизнес-план создания клининговой компании «Капля» в городе Челябинск, предоставляющей услуги по уборке помещений, поддержанию чистоты, уходу за объектами недвижимости и прилегающими к ним территориями.

Краткосрочные цели проекта: выход на рынок клининговых услуг, создание базы постоянных клиентов, закрепление в штате компании постоянных сотрудников, создание положительного образа компании, получение прибыли.

Долгосрочные цели проекта: закрепление на рынке клининговых услуг, увеличение количества основного персонала, расширение оказываемых услуг, выход на новые рынки (кейтеринг, сервисное обслуживание инженерных систем), минимизация издержек, расширение сферы влияния и как следствие выход на региональный рынок.

Финансовые показатели проекта:

- Объем первоначальных вложений – 646 698,00 руб.;
- Чистый дисконтированный доход (NPV) – 1 680 512,18 руб.;
- Простой срок окупаемости (PB) – 222 дня;
- Дисконтированный срок окупаемости (DPB) – 275 дней;
- Индекс прибыльности (PI) – 1,327;
- Внутренняя норма доходности (IRR) – 134,6%.

Клининговая компания как бизнес является высокодоходной и перспективной при грамотной организации производства, несмотря на ужесточившиеся условия деятельности на рынке. Число граждан, желающих воспользоваться услугами Клининговых компаний, неуклонно растет. Следовательно, количество заказов на данные услуги будет расти.

Актуальности данной тенденции в настоящее время придает экономический кризис, который заставляет экономить предприятия на содержании в штате уборщиц и оплачивать соответствующие налоги.

Клининговая компания на условиях вложения значительных объемов инвестиций, приносит высокий доход и окупает производство в течение одного-двух лет. Поэтому финансовые вложения в создание клининговой компании оправданы. Соответствие показателей нормативам говорит об эффективности проекта и целесообразности вложения средств (при данных условиях финансирования) и запуска проекта в реализацию.

Выгоды инвестиционного проекта:

- получение стабильной прибыли;
- создание известного «имени» компании;
- расширение доли рынка;
- выход на региональные рынки.
- востребованность.

Риски инвестиционного проекта:

- неудачное позиционирование компании;
- поиск и удержание персонала, занятого уборкой;
- высокая конкуренция на рынке;
- экономический кризис;
- форс-мажорные обстоятельства.

Общий фон угроз для проекта – благоприятный. Рынок находится в стадии развития, и спрос существенно превышает предложения, имея тенденцию к увеличению. При грамотном организационном подходе бизнес является перспективным и позволяет очень гибко реагировать на появление любого риска, для чего следует внимательно относиться к маркетинговому планированию, жесткому регулированию рабочих и сервисных процессов, активному продвижению услуг.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Бизнес-план способствует развитию предприятия, выходу на новые позиции на рынке, привлечению новых клиентов, росту объема продаж, мотивации персонала, прогнозу возможных рисков, оптимизации использования ресурсов, получению инвестиций и кредитных ресурсов, выбору рациональных способов развития предприятия. Бизнес-план оценивает перспективную ситуацию как внутри организации, так и вне ее. В нем находят свое решение как внутренние задачи, связанные с управлением предприятием, так и внешние, обусловленные, в частности, взаимоотношениями с другими фирмами и организациями.

Основная цель бизнес-планирования – планирование хозяйственной деятельности предприятия на ближайшее и отдаленные периоды согласно потребностей рынка и возможностей получения нужных ресурсов.

На практике применяются различные методы бизнес-планирования. Методы представляют собой способы преобразования экономической информации с целью определения оптимальных темпов развития объекта планирования и путей наиболее эффективного использования ресурсов.

В России не существует единой методики разработки бизнес-плана. Структура бизнес-плана представлена в виде трех блоков. Первый блок – словесное описание проекта или результата, которого хотелось бы достичь. Во второй и третий блоки выносятся те из разделов первого, которые поддаются количественному выражению – план административных мероприятий, направленных на достижение поставленных целей, и финансовый план.

Для разработки бизнес-плана используются методики или пособия, выбор которых сейчас достаточно широк. Имеются различные типовые зарубежные методики. При всем разнообразии методик в них соблюдаются определенные принципы построения бизнес-плана.

Выбор конкретной разновидности методики разработки бизнес-плана, глубина и временной горизонт его проработки, вариантность закладываемых в него реше-

ний, объем, наличие прилагаемых документов и справок зависят от различных факторов. Важно, чтобы разработанный документ содержал ряд обязательных разделов, в которых анализируются конкретные аспекты, исходная и итоговая информация (показатели) была достоверна, обоснована и базировалась на документальных источниках и расчетах.

Конкретной методики бизнес-планирования как таковой нет, поэтому на основании существующих методик в настоящей выпускной квалификационной работе применена методика по составлению бизнес-плана, непосредственно связанная с разработкой бизнес-плана по открытию клининговой компании в городе Челябинск.

Проанализировав рынок клининговых услуг, как российский, так и зарубежный, был сделан вывод о том, что данная область ведения бизнеса на данный момент является весьма перспективной и рентабельной – относительно небольшие первоначальные инвестиции и сравнительно невысокая конкуренция на рынке в связи с тем, что отрасль является молодой для Челябинской области. Также, большой опыт западных клининговых компаний можно использовать для адаптации данной отрасли в России.

Инвестиционный проект представляет собой бизнес-план создания клининговой компании «Капля» в городе Челябинск, предоставляющей услуги по уборке помещений, поддержанию чистоты, уходу за объектами недвижимости и прилегающими к ним территориями.

Краткосрочные цели проекта: выход на рынок клининговых услуг, создание базы постоянных клиентов, закрепление в штате компании постоянных сотрудников, создание положительного образа компании, получение прибыли.

Долгосрочные цели проекта: закрепление на рынке клининговых услуг, увеличение количества основного персонала, расширение оказываемых услуг, выход на новые рынки (кейтеринг, сервисное обслуживание инженерных систем), минимизация издержек, расширение сферы влияния и как следствие выход на региональный рынок.

Финансовые показатели проекта:

- Объем первоначальных вложений – 646 698,00 руб.;
- Чистый дисконтированный доход (NPV) – 1 680 512,18 руб.;
- Простой срок окупаемости (PB) – 222 дня;
- Дисконтированный срок окупаемости (DPB) – 275 дней;
- Индекс прибыльности (PI) – 1,327;
- Внутренняя норма доходности (IRR) – 134,6%.

Клининговая компания как бизнес является высокодоходной и перспективной при грамотной организации производства, несмотря на ужесточившиеся условия деятельности на рынке. Число граждан, желающих воспользоваться услугами Клининговых компаний, неуклонно растет. Следовательно, количество заказов на данные услуги будет расти.

Актуальности данной тенденции в настоящее время придает экономический кризис, который заставляет экономить предприятия на содержании в штате уборщиц и оплачивать соответствующие налоги.

Клининговая компания на условиях вложения значительных объемов инвестиций, приносит высокий доход и окупает производство в течение одного-двух лет. Поэтому финансовые вложения в создание клининговой компании оправданы. Соответствие показателей нормативам говорит об эффективности проекта и целесообразности вложения средств (при данных условиях финансирования) и запуска проекта в реализацию.

Общий фон угроз для проекта – благоприятный. Рынок находится в стадии развития, и спрос существенно превышает предложения, имея тенденцию к увеличению. При грамотном организационном подходе бизнес является перспективным и позволяет очень гибко реагировать на появление любого риска, для чего следует внимательно относиться к маркетинговому планированию, жесткому регулированию рабочих и сервисных процессов, активному продвижению услуг.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Базилевич, В.Д. Рыночная экономика: основные понятия и категории / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич. – К.: Знание, 2012. – 263 с.
- 2 Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. – М.: Форум, 2013. – 256 с.
- 3 Головань, С.И. Бизнес-планирование и инвестирование: Учебник / С.И. Головань. – Ростов н/Д: Феникс, 2013. – 302 с.
- 4 Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. – М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 248 с.
- 5 Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана: учебное пособие для студентов экономических специальностей / В.А. Горемыкин. – М.: Ось, 2016. – 592 с.
- 6 Драпкина, Г.С. Планирование на предприятии: Учебное пособие / Г.С. Драпкина. – Кемерово: КемТИПП, 2016. – 133 с.
- 7 Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. – М.: Дашков и К, 2013. – 432 с.
- 8 Ефимова, О.В. Анализ финансовой отчетности / О.В. Ефимова. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Омега-Л, 2016. – 451 с.
- 9 Иванов, А.А. Риск-менеджмент. Учебно-методический комплекс / А.А. Иванов. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2015. – 193 с.
- 10 Касьяненко, Т.Г. Инвестиции: Учебный курс / Т.Г. Касьяненко. – М.: Эксмо, 2016. – 240 с.
- 11 Кузнецов, С.И. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие / В.В. Плотникова, Л.К. Плотникова, С.И. Кузнецов. – М.: Форум, 2012. – 464 с.
- 12 Лопарева, А.М. Бизнес-планирование: учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. – М.: Форум, 2013. – 176 с.

- 13 Любушин, Н.П. Экономический анализ: Учебник для студентов вузов / Н.П. Любушин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 575 с.
- 14 Мельникова, И.Г. Организационное проектирование и планирование: Учебник / И.Г. Мельникова. – Ярославль: ЯрГУ, 2013. – 82 с.
- 15 Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин. – М.: Форум, 2012. – 288 с.
- 16 Орлова, П.И. Бизнес-планирование: Учебник / П.И. Орлова. – М.: Дашков и К, 2013. – 284 с.
- 17 Попов, В.М. Анализ финансовых решений в бизнесе: учебное пособие / В.М. Попов, С.И. Ляпунов. – М.: КНОРУС, 2014. – 240 с.
- 18 Попов, В.М. Бизнес-планирование: Учебник/ В.М. Попов, С.И. Ляпунов. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 672 с.
- 19 Романова, М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Романова. – М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. – 240 с.
- 20 Романова Л.Е. Экономический анализ: Учебное пособие / Л.Е. Романова. – СПб.: Питер, 2013. – 336 с.
- 21 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Г.В. Савицкая. – 6-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 284 с.
- 22 Савкина, Р.В. Планирование на предприятии: Учебник / Р.В. Савкина. – М.: Дашков и К, 2013. – 324 с.
- 23 Савчук, В.П. Управление финансами предприятия / В.П. Савчук. – 4-е изд., стереотип. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. – 480 с.
- 24 Симионова, Н.Е. Оценка бизнеса. Теория и практика: Учебное пособие / Н.Е. Симионова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 576 с.
- 25 Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / Н.Д. Стрекалова. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
- 26 Черняк, В.З. Бизнес-планирование: Учебное пособие для студентов экономических специальностей / В.З. Черняк, Н.Д. Эриашвили, Ю.Т. Ахвледиани. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 591 с.

27 Чуев, И.Н. Комплексный экономический анализ финансово- хозяйственной деятельности: Учебник / И.Н. Чуев. – М.: Дашков и К, 2013. – 384 с.

28 Шеремет, А.Д. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 416 с.

29 Как устроен рынок клининговых услуг Челябинска. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ob-zor.ru/ekonomika/kak-ustroen-rynok-kliningovyh-uslug-chelyabinska>

30 Коротко о клининге: исследование рынка клининговых услуг в России. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.vira.ru/exp/reviews/res_cleaning.html