

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 «Прикладная экономика»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, руководитель ООО «Висма»

_____ С.В. Даренских

«_____» _____ 2021 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.э.н., доцент

_____ Т.А. Худякова

«_____» _____ 2021 г.

Разработка бизнес-плана открытия магазина
автомасел в г. Челябинск

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ– 38.03.01.2021.010.ПЗ ВКР

Руководитель работы
старший преподаватель

_____ Н.Ю. Варкова

«_____» _____ 2021 г.

Автор работы
студент группы ЭУз–567

_____ М.Ю. Гаврилова

«_____» _____ 2021 г.

Нормоконтролёр,
ст. преподаватель

_____ Н.В. Тихонова

«_____» _____ 2021 г.

Челябинск 2021

АННОТАЦИЯ

Гаврилова М.Ю. Разработка бизнес-плана открытия магазина автомасел в г. Челябинск. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУз-567, 2021. – 78 с., 24 ил., 13 табл., библиогр. список – 84 наим., 2 прил.

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержит в себе понятия, определения и формулы бизнес-планирования и описывает его роль в жизни предприятия.

Практическая часть работы включает в себя анализ российского и зарубежного опыта в данной отрасли.

Проектная часть содержит разработанный бизнес-план магазина автомасел, который рекомендуется к проектированию в г. Челябинск.

Теоретическая значимость исследования определяется тем фактом, что в нем представлен комплексный анализ теории бизнес-планирования на современных предприятиях, в котором охарактеризованы сущность, цель и задачи бизнес-планирования, представлена структура, содержание и принципы бизнес-планов, а также выявлены основные показатели расчета эффективности бизнес-планов.

Практическая значимость исследования определяется, во-первых, тем фактом, что в работе представлены результаты анализа рынка автомасел России и мира, выявлены тенденции развития рынка в условиях пандемии коронавируса COVID-2019, охарактеризовано возможное развитие рынка до 2025 г. Результатом выпускной квалификационной работы является бизнес-план открытия магазина автомасел, расчеты затрат на его открытие, основные показатели, срок окупаемости проекта и его финансовая привлекательность.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ТЕОРИЯ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ	9
1.1 Сущность, цели и задачи бизнес-планирования.....	9
1.2 Структура, содержание и принципы разработки бизнес-плана.....	15
1.3 Расчет основных показателей эффективности бизнес-плана.....	24
2 АНАЛИЗ ОТРАСЛИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ АВТОМАСЕЛ	34
2.1 Обоснование необходимости выбора моторного масла для транспортного средства.....	34
2.2 Анализ рынка автомасел США.....	40
2.3 Анализ рынка моторных масел России.....	47
3 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА МАГАЗИНА АВТОМАСЕЛ	52
3.1 Обоснование проекта.....	52
3.2 План проекта.....	57
3.3 Основные показатели эффективности бизнес-плана и анализ рисков проекта.....	62
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	67
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	69
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	77

ВВЕДЕНИЕ

Любая предпринимательская организация начинается с составления бизнес-плана. В нем отражаются проблемы, с которыми предстоит столкнуться предпринимателям в процессе достижения стоящих перед ним целей. По определению, бизнес-план – это система менеджмента, направленная на совершенствование работы любой фирмы, независимо от сферы ее деятельности.

Благодаря бизнес-плану, у руководства появляется возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес-плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет мобилизоваться. Целью бизнес-плана может быть получение кредита, или привлечение инвестиций, определение стратегических и фактических ориентиров фирмы. Овладение техникой бизнес-планирования становится сегодня актуальной задачей предпринимателей. Начиная свою деятельность, они должны ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитывать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы. Бизнес-план является основой предпринимательской деятельности и представляет собой комплексное исследование различных сторон работы фирмы (разработки, производства, реализации, послепродажного обслуживания).

Бизнес-план помогает предпринимателям продумывать свою стратегию, соизмерять свой энтузиазм с реальностью и осознавать существующие ограничения. Это позволит избежать таких потенциально опасных ошибок, как недостаток капитала для функционирования фирмы, отрицательный баланс движения денежной наличности, неверный подбор персонала, неправильный выбор местонахождения предприятия и погоня не за тем рынком, который действительно нужен.

Актуальность выбранной темы исследования определяется тем фактом, что в условиях кризиса торговля остается динамично развивающейся отраслью, для

которой характерен высокий уровень конкуренции, поэтому проектирование с помощью бизнес-плана торговой организации, которая в перспективе будут приносить прибыль и обеспечивать удовлетворение потребностей общества является актуальным.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является проектируемый магазин автомасел (филиал ООО «Висма»). Предметом исследования является разработка бизнес-плана открытия магазина автомасел в г. Челябинск.

Цель выпускной квалификационной работы – разработка бизнес-плана по открытию филиала ООО «Висма».

Для осуществления поставленной цели выпускной квалификационной работы необходимо осуществить ряд задач:

- 1) охарактеризовать сущность, цели и задачи бизнес-планирования;
- 2) определить роль бизнес-плана в планировании деятельности предприятия;
- 3) рассмотреть специфику и принципы разработки бизнес-планов;
- 4) выявить особенности расчета основных показателей эффективности бизнес-плана;
- 5) представить характеристику видов моторных масел;
- 6) провести анализ рынка автомасел США и России;
- 7) разработать бизнес-план магазина автомасел и определить его эффективность.

Исследованию вопросов формирования бизнес планов посвящены работы таких зарубежных и отечественных ученых, как И.А. Бланк, Л.Е. Басовский, Е.В. Бехтерева, С.Л. Блау, В.Г. Блохин, В.В. Бочаров и т.д. Работы этих авторов являются теоретической основой проведенного исследования.

При написании работы использовались следующие методы исследования: статистико-экономический, монографический, абстрактно-логический, расчётно-конструктивный. Также приёмы экономического анализа, сравнение,

группировки, методы экономического анализа, методы классификации, индукции и дедукции.

Структура выпускной квалификационной работы определена поставленной целью и определенными для ее достижения задачами – работа состоит из введения, трех разделов, включающих девять параграфов, заключение, библиографический список и приложения.

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержит в себе понятия, определения и формулы бизнес-планирования и описывает его роль в жизни предприятия.

Практическая часть работы включает в себя анализ российского и зарубежного опыта в данной отрасли.

Проектная часть содержит разработанный бизнес-план магазина автомасел, который рекомендуется к проектированию в г. Челябинск.

Теоретическая значимость исследования определяется тем фактом, что в нем представлен комплексный анализ теории бизнес-планирования на современных предприятиях, в котором охарактеризованы сущность, цель и задачи бизнес-планирования, представлена структура, содержание и принципы бизнес-планов, а также выявлены основные показатели расчета эффективности бизнес-планов.

Практическая значимость исследования определяется, во-первых, тем фактом, что в работе представлены результаты анализа рынка автомасел России и мира, выявлены тенденции развития рынка в условиях пандемии коронавируса COVID-2019, охарактеризовано возможное развитие рынка до 2025 г. Результатом выпускной квалификационной работы является бизнес-план открытия магазина автомасел, расчеты затрат на его открытие, основные показатели, срок окупаемости проекта и его финансовая привлекательность.

1 ТЕОРИЯ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

1.1 Сущность, цели и задачи бизнес-планирования инвестиционной деятельности

Исследование бизнес-планирования, как представляется, целесообразно начинать с исследования сущности категории «планирование».

Существует много определений понятия «планирование». Планирование как категория менеджмента – это процесс постановки целей организацией и разработки способов их достижения. Синонимом к слову планирование является понятие «целеполагание». А.В. Волков в учебнике «Экономика предприятия» определяет планирование как предвидение цели фирмы, результатов ее деятельности; ресурсов, необходимых для достижения определенных целей. В этом определении планирование определяется через понятие «предвидение» [24, с. 51].

Понятие «планирование деятельности предприятия» имеет два смысла. Первый – общеэкономический, второй – конкретно-управленческий (рисунок 1.1) [52, с. 109].



Рисунок 1.1 – Подходы к рассмотрению категории «планирование»

Планирование – это начальный этап управления. Практика показывает, что в американских компаниях планы составляются, как правило, в производственных подразделениях: около 2/3 американских компаний планируют «снизу вверх», 1/3 – на основе взаимодействия всех уровней управления, планирование «сверху вниз» вообще отсутствует. Процесс принятия стратегических решений в японских компаниях осуществляется либо «сверху вниз», либо «взаимосвязано высшим и низовым уровнями управления». В большинстве постсоветских стран планы не носят директивный характер, а меняются в соответствии с конкретной ситуацией [38, с. 88].

Планирование позволяет оптимально увязать имеющиеся у предприятия возможности по выпуску продукции, продажи товаров, предоставлению услуг со сложившимся на рынке спросом и предложением. Это вытекает из самой сущности планирования, которая представлена на рисунке 1.2 [9, с. 89].

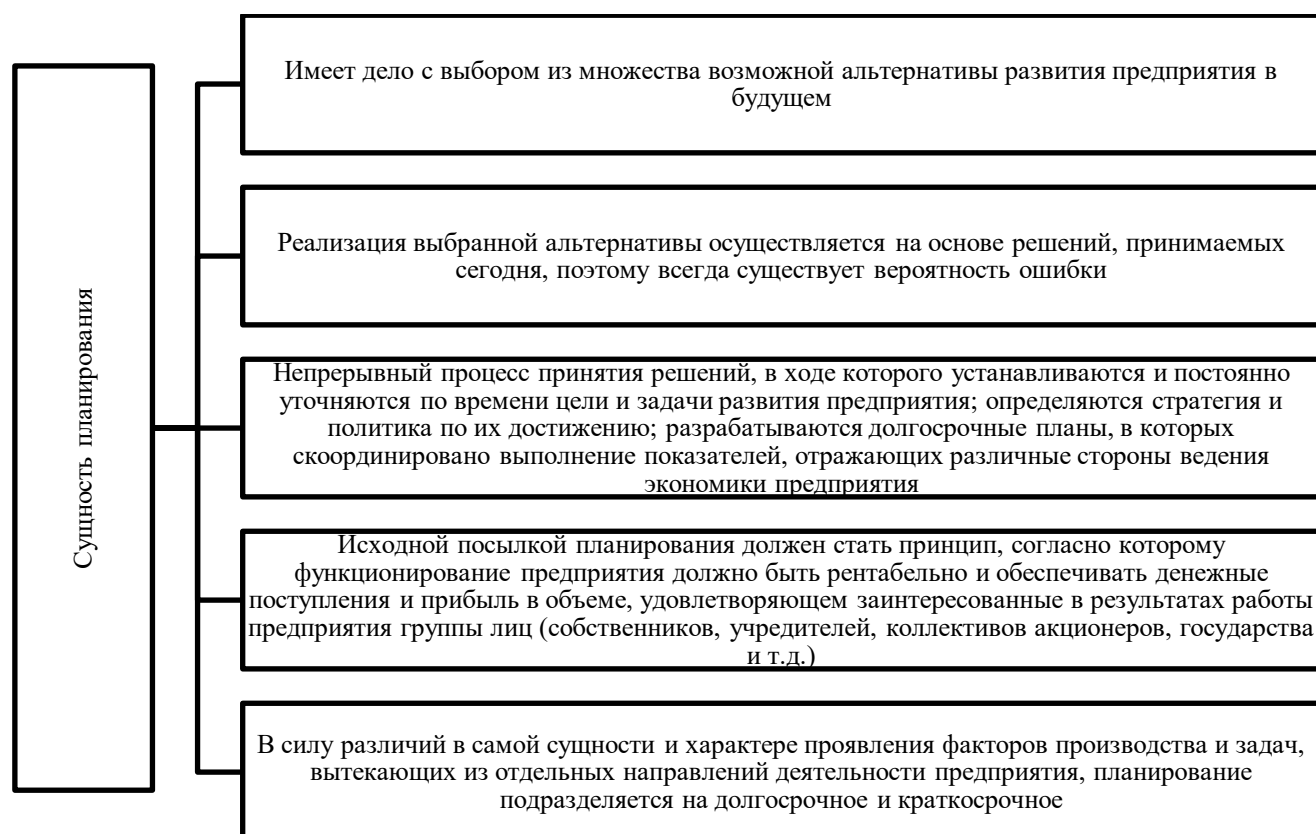


Рисунок 1.2 – Сущность планирования

Планирование представляет собой систематическую подготовку принятия решений о целях, средствах и действиях путем целенаправленной сравнительной

оценки различных альтернативных действий в ожидаемых условиях. В современных условиях эффективность функционирования определяется многими обстоятельствами: правильностью установления спроса и предложения, выбором оптимальной технологии и организации производства, своевременным и рациональным ресурсным обеспечением, величиной основного и оборотного капитала, формами и методами реализации и т.д. [46, с. 89].

Процесс бизнес-планирования, от возникновения экономического замысла до получения и распределения прибыли между его участниками, показан на рисунке 1.3 [1, с. 104].

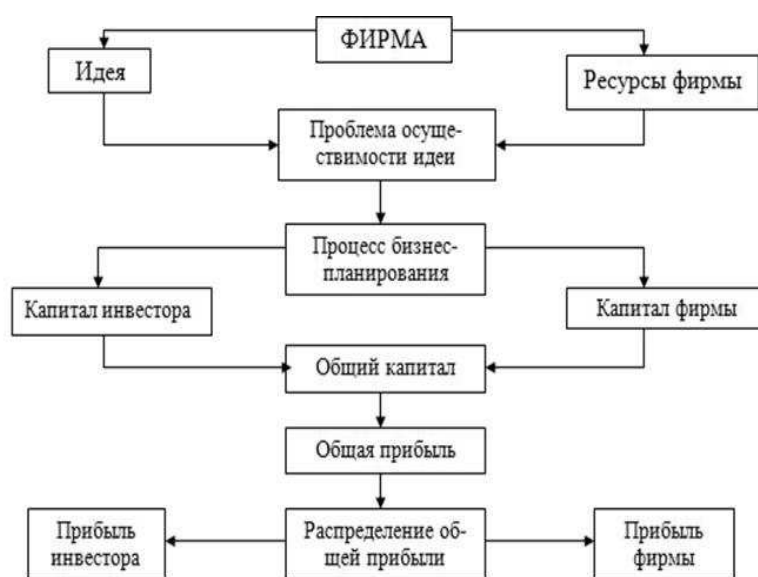


Рисунок 1.3 – Процесс бизнес-планирования

Итогом реализации бизнес-планирования является получение законной предпринимательской прибыли и ее последующее целевое распределение.

Можно выделить следующие основные стадии процесса бизнес-планирования:

- 1) подготовительную стадию;
- 2) стадию разработки бизнес-плана;
- 3) стадию продвижения на рынок интеллектуальной собственности;
- 4) стадию реализации бизнес-плана.

Для практической реализации бизнес-планирования как процесса представляется важным соблюдение принципов, представленных на рисунке 1.4 [62, с. 58].



Рисунок 1.4 – Принципы бизнес-планирования

Одним из направлений бизнес-планирования на предприятиях является планирование инвестиционной деятельности.

Существенным фактором развития экономики страны принято считать инвестиции. Инвестиции – это долгосрочное вложение денежных средств в новооткрываемое предприятие или в то, которое уже действует, чтобы его расширить и получать в дальнейшем прибыль от вложенного капитала.

Если обобщить, то инвестиции – это денежные средства и их эквиваленты, вкладываемые в предпринимательскую деятельность с целью получения финансовой выгоды или же иных положительных эффектов (например, социальных). Инвестициями могут выступать: деньги, акции, облигации, движимое и недвижимое имущество, станки и т.д. [21, с. 58].

Сама по себе инвестиционная деятельность присуща абсолютно каждому предприятию. А принятие решения об инвестировании не может быть без рассмотрения таких факторов, как:

- 1) вид инвестиций;
- 2) стоимость проекта;
- 3) риски данного проекта;
- 4) экономический или же социальный эффект от внедрения;

5) доступность финансовых средств у предприятия или же у организаторов проекта [44, с. 157].

Традиционно, под процессом инвестирования, чаще всего, воспринимают процесс вложения именно денежных средств с целью получения финансовой выгоды. Сущность инвестирования заключается в двух факторах:

1. Объем затрат.
2. Результат от вложения.

Инвестор – это физическое или юридическое лицо, вкладывающее собственные или же заемные средства в проект с целью получения определенной выгоды. В тех случаях, когда инвестор и заказчик проекта не являются одним и тем же лицом, то заключается контракт со стороны инвестора с заказчиком, с целью контроля процесса реализации проекта [35, с. 111].

Инвестиционный проект – это комплекс действий и мер, направленных на реализацию или же модернизацию уже действующего производства.

Так или иначе, но каждый новый проект внедряется в уже существующую среду вокруг него. На стадии разработки из нее он черпает идеи, а на стадии реализации и «выхода в свет» – принимает результаты деятельности. Для положительного эффекта от внедряемого проекта всегда следует учитывать особенности внешней среды. Таковыми являются:

1. Законодательство.
2. Территориальное расположение.
3. Проблематику рынка.
4. Конкурирующие направления [49, с. 63].

Относительно вложения средств, инвестиционные проекты делятся на виды, представленные на рисунке 1.5 [5, с. 96].



Рисунок 1.5 – Виды инвестиционных проектов относительно вложения средств

Исходя из всего вышесказанного, можно заключить, что любой проект требует финансирование. И здесь не только финансовое, но материальное и трудовое. Это необходимо, чтобы его реализовать и управлять им.

Таким образом, инвестиционное планирование – это разработка программы мероприятий или плана действий, которые позволят инвестору с максимальной эффективностью вложить имеющиеся денежные средства в существующие на финансовом рынке активы. Планирование будущих вложений – это одна из наиболее сложных стратегических задач современных предприятий, без решения которой невозможно успешно заниматься инвестиционной деятельностью.

1.2 Структура, содержание и принципы разработки бизнес-плана

Близким в бизнес-планированию является термин «бизнес-план». В наиболее общем смысле бизнес-планом является некий план конкретных действий, направленных на реализацию описанного в нем же проект [29, с. 33].

Стоит понимать, что термины «бизнес-планирование» и «бизнес-план» не одно и то же. Бизнес-планирование имеет отношение к самой фирме в целом, а бизнес-план – это итоговый документ, который обосновывает проект. Именно этот момент является определяющим. Само бизнес-планирование, в итоге которого рождается этот документ, понимается людьми в широком и узком смысле.

Если смотреть с узкой стороны, то бизнес-планированием является создание конечного документа. В этом документе обосновывается сама идея, в ходе которой привлекаются инвестиции. Так же этот момент имеет разовый характер. Здесь бизнес-план работает как вторичный документ. В нем указан план разработки и исполнения определенных частей создаваемого проекта. Если же смотреть обширно, то бизнес-планом является постоянный процесс планирования средней и длительной экономики фирмы. Он основывается на рыночных нуждах и возможностях.

Это нужно, чтобы получить необходимые ресурсы. Здесь бизнес-план – это инструмент, чтобы управлять предприятием посредством анализа внутреннего состояния предприятия и того, на каком уровне оно находится во внешней среде исходя из его реализации и объединения команд. В итоге рождается система бизнес-планирования. Она включает стратегию фирмы и постоянно используемый бизнес-план. В данном контексте сам проект может включиться в стратегию фирмы и текущий бизнес-план, в котором отражаются планируемые итоги исполняемого проекта [40, с. 61-63].

На родственном уровне с бизнес-планом находится технико-экономическое обоснование. Техничко-экономическое обоснование является вариацией плана развития фирмы, а это значит, что функционал бизнес-плана находится на близком уровне к такому обоснованию. А отличие заключается в документе. Он специфичен для объектов промышленности. В нем акцентируется структура технико-экономического обоснования, также все внимание уделено производственным и техническим моментам проекта. Однако сбыт на рынке и

изучение проблем для предпринимательства не замечаются. Само по себе технико-экономическое обоснование очень специфично [48, с. 77].

В нашей действительности, с помощью бизнес-плана выделяется конкретный круг проблем, которые часто возникают в предпринимательской деятельности.

В условиях рыночной экономики управления предприятием бизнес-план находит применение в разных областях и формах бизнеса и способствуют тому, что бизнесмен замечает проблемы, существующие перед ним либо фирмой.

Бизнес-план – это написанное кратко, точно и подлежащее принятию, пониманию описание создаваемого бизнеса. Это очень важный инструмент, когда говорится о большом числе разных ситуаций. С помощью него можно сделать выбор самого перспективного решения. Так же бизнес-план помогает выявить, на какие средства можно достичь заданных целей.

Бизнес-план – это технический, организационный, экономический, финансовый и административный инструмент, необходимый в рыночных условиях сопровождение бизнеса, сюда входят отношения с банковскими организациями, с фирмами по инвестициям и сбыту, посредниками и потребителями [7, с. 52].

Целью создания бизнес-плана является планирование его хозяйственной деятельности на ближайший и длительный срок в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения ресурсов, которые необходимы предприятию.

Бизнес-план дает возможность фирме и бизнесмену находить решение следующих задач:

1. Выявить длительные и краткосрочные цели фирмы, найти пути того, как их можно достигнуть и назначить людей, что будут за это ответственны.
2. Отыскать четкое направление, в котором предприятие будет двигаться далее.
3. Выявить показатели продукции и услуг, рассчитать издержки производства.
4. Изучить, как мотивировать персонал в процессе производства.
5. Разработать систему маркетинга, чтобы продвигать свой товар на рынке.

6. Выявить в каком положении находится фирма в материальном и финансовом аспекте.

7. Найти риски, которые связаны с исполнением проекта в реальность [48, с. 77].

Функции бизнес-плана:

1. С помощью него можно провести оценку бизнеса на конкретном периоде.
2. Используя бизнес-план можно разработать концепцию развития фирмы.
3. Бизнес-план дает возможность привлечения денежных ресурсов.
4. Это инструмент осуществления стратегии фирмы [56, с. 130].

Исходя из всего перечисленного выше, можно прийти к выводу, что посредством такого плана бизнесмен может выявить то, насколько целесообразны и эффективны разрабатываемые мероприятия по развитию предпринимательской деятельности и можно определиться с выбором главных целей/задач.

В общем виде, планирование деятельности организации по средствам бизнес-плана дает следующий ряд преимуществ:

1. Заставляет руководителя организации заниматься дальнейшими перспективами предприятия.
2. Дает возможность осуществлять более четкую и слаженную организации процесса, направленного на внедрение инноваций.
3. Позволяет определить перечень показателей, за счет которых предприниматель будет оценивать эффективность проделанных действий.
4. Дает возможность заранее оценить возможные риски и внештатные ситуации, которые могут наступить в процессе реализации проекта или же уже после его внедрения.
5. Позволяет определить обязанности определенных лиц и их поля ответственности [32, с. 104-105].

Бизнес-план – это рабочий инструмент для работающих фирм. В нем описаны операции предприятия и указано, как его работники достигают этих целей и задач. Если план грамотно разработан, то с помощью него фирма растет,

завоевывает новые рыночные позиции, в том рынке, где осуществляется ее деятельность, разрабатываются долгосрочные планы по развитию компании, создается концепция создания новой продукции и услуг, выбираются лучшие способы их сбыта.

Предприятие разрабатывает бизнес-план, который направлен на улучшение производства, и поиск способов снизить издержки, он улучшает производство продукции в стабильной ситуации и выпуск продукции для очень стабильного рынка. Однако все эти компании постоянно предлагают меры по улучшению своей продукции и услуг и создают эти планы в виде локальных бизнес-планов. Фирмы, что создают непрерывные товары, которые подвержены риску, постоянно трудятся над бизнес-планом разработки иных видов товаров, перехода в усовершенствованное поколение продукта и т.д. [19, с. 73].

Если в фирме, которая задалась серьезными планами, нет достаточных мощностей для своего производства, то фирма может привлекать дополнительный капитал, чтобы создавать новые мощности, либо она ищет нового партнера, которому передаются на производство определенные точки, детали и процессы в производстве. В любой из ситуаций фирма создает бизнес-план [2, с. 37].

С помощью бизнес-плана можно, оценить, насколько, перспективна фирма со всех ее сторон. Бизнес-план очень нужен главам акционерных обществ, чтобы ориентироваться в акционерной собственности. Посредством бизнес-плана руководители решают, какие средства направятся на дальнейшее развитие фирмы и ее линии производства, какими средствами выплатят дивиденды и купоны по облигациям. Бизнес-план применяют, чтобы привлекать инвесторов, кредиторов, спонсоров. Все это необходимо для того, чтобы инвестор увидел, что в фирму стоит вкладываться. Инвесторы предварительно изучают бизнес-план перед этим моментом. А это значит, что бизнес-планы нужны при любом способе привлечения финансирования.

Бизнес-планированием является способ организации работы фирмы, чтобы достичь заданных перед ней целей. Оно выражается в значениях, которые

установлены для главных показателей эффективности. Бизнес-план является инструментом для реализации данных целей.

В бизнес-план входит главная информация, нужная для планирования работы фирмы, анализа временных и конечных итогов, принятия решений работниками материнских и дочерних фирм и акционерами. В самом отчете о исполнении бизнес-плана входят сведения о планируемых и текущих данных за конкретный период.

По своей структуре бизнес-план стандартен. На обширность планирования влияют заданные цели. Он составляется на период до реализации заданных целей, а этот период может быть год, два, три года и более [54, с. 68-69].

Как таковой, утвержденной структуры бизнес-плана нет. В сравнении с планом финансово-хозяйственной деятельности, в бизнес-плане может быть любое количество разделов. Главным его отличием является тот факт, что он направлен не столько на организацию работы, сколько на достижение предприятием поставленных результатов. Хотя и бизнес-план не подразумевает четкой, стандартизированной структуры, но при его написании следует обращать внимание на следующие условия его написания.

1. Содержание бизнес-плана и его структура написания должно быть профессиональным. Именно по тому анализу, по той проработке, которая будет прописана в нем будут судить о предпринимателе, о его профессионализме и его компетенции.

2. Документ бизнес-плана должен иметь четкую, понятную структуру (например, первый раздел – цели и задачи проекта, второй – организационный план и требуемое финансирование по проекту). Сам документ должен быть составлен так, чтобы каждый инвестор был в состоянии найти все требуемые ему пункты для принятия решения о финансировании проекта. Для этого изначально следует предусмотреть все главы и их подразделы.

3. Следует иметь объективное заключение по оценке бизнеса. Документ следует проверить у бухгалтера, на наличие каких-то ошибок и неточностей в

расчетах, у маркетолога на соответствие рекламных ожиданий к их возможностям и т.д. Так же, желательно иметь заключение по бизнес-плану от аудитора для того, чтобы удостовериться в его правильности и не оказаться в той ситуации, когда инвестор найдет в документе какие-то ошибки.

4. Следует не предавать широкой огласке бизнес-план и на встречи с потенциальными инвесторами приносить краткую выжимку по проекту без подробного описания. И если уже на основе резюме и краткой характеристики предприятия потенциальный инвестор заинтересуется проектом, то тогда можно предоставить полноценный бизнес-план [27, с. 39-40].

Хоть и бизнес-план не имеет четкой структуры, но следует придерживаться наличия определенных пунктов, представленных на рисунке 1.6 [10, с. 75].

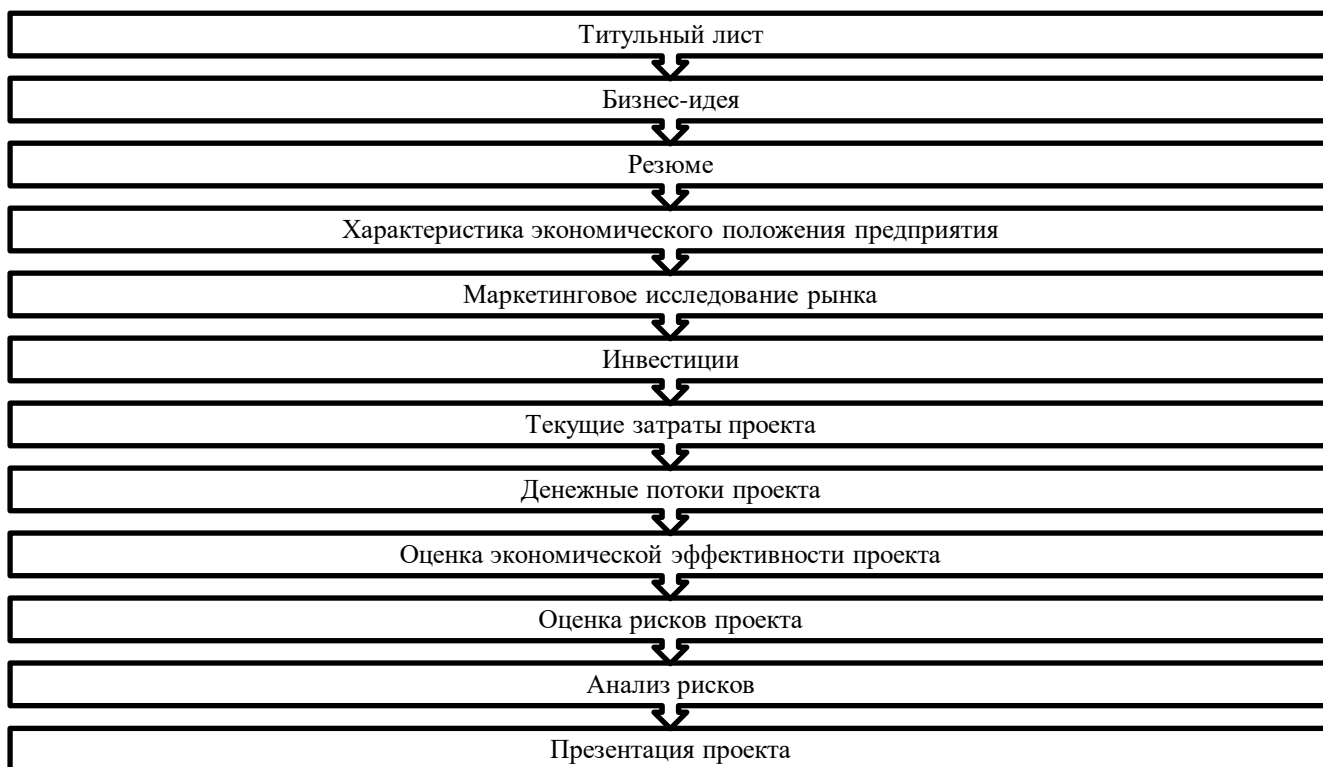


Рисунок 1.6 – Примерная структура бизнес-плана

При этом структура бизнес-плана общего и рекомендательного характера, перечень категорий и их содержание могут изменяться в зависимости от того к какой отраслевой специфике и общей специфике бизнеса относятся.

Далее в работе будет более подробно рассмотрено уточнение содержания каждого раздела.

1. Бизнес-идея. Сама идея формируется в самом начале бизнес-проекта. Предприниматель продумывает, формирует и пишет бизнес-идею и лишь после этого, четко понимая главные моменты проекта бизнеса, он приступает к дальнейшим шагам составления бизнес-плана. Название (слова) бизнес-идеи-прогулка. Предложенная идея должна иметь возможность к реализации в реальном бизнесе.

2. Резюме. Составляется тогда, когда весь бизнес-план будет готов. Это краткое изложение основных моментов проекта (рисунок 1.7).



Рисунок 1.7 – Информация, которая должна быть представлена в резюме бизнес-плана

3. Характеристика экономического положения предприятия в отрасли. Необходимо представить основные показатели динамики деятельности компании (желательно ежеквартально) за два года до начала проекта:

- 1) доход;
- 2) прибыль;
- 3) показатели ликвидности;

4) показатели финансовой устойчивости;

5) иные показатели (зависит от того, чем занимается фирма и в каком направлении пойдут инвестиции) [13, с. 102-103].

Очевидно, что данный раздел необходим только в том случае, если бизнес-план составляется, например, с целью расширения деятельности уже существующего предприятия, и будет отсутствовать в том случае, если предприятие вновь создаваемое.

4. Маркетинговые исследования рынка. Маркетинговые исследования предназначены для реализации бизнес-идеи. В рамках данного раздела может быть представлена следующая информация:

1) анализ конкурентов:

– изучение общей конкурентной среды;

– выявление потенциальных конкурентов, планирование бизнеса (географическое положение; перечень товаров, услуг; категория клиентов; стоимость товаров, услуг);

– сравнение собственного бизнеса (плана) с бизнесом конкурентов (существующим), выделив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы проектного бизнеса (SWOT-анализ) [25, с. 139].

2) исследование потребителей:

– пол;

– возраст;

– социальный статус;

– уровень дохода;

– уровень образования;

3) исследование рынка:

– сегментация рынка;

– спрос и предложение на рынке;

– прочие особенности рынка (зависимость от государственного влияния, от иностранных компаний, от курса валют, от технологических новшеств и т.д.).

На основе сбора и изучения информации о рынке можно спрогнозировать объем продаж по результатам реализации бизнес-плана [26, с. 89].

5. Инвестиции. Основные направления инвестирования:

- 1) затраты на организацию ведения бизнеса;
- 2) затраты на основные средства, оборотные и внеоборотные;
- 3) затраты на оборотный капитал и т.д.

Целесообразно в данном разделе предоставить полный список конкретных названий объектов, которые требуют инвестирования. Также необходимо предоставить размер собственных денежных средств и потребность в заемном капитале, а также условия, на которых будут привлечены заемные ресурсы для реализации проекта, такие как: процентная ставка и основная сумма долга, периодичность выплаты процентов [17, с. 123-124].

6. Текущие затраты проекта. Рассчитываются укрупненно.

За основу следует взять расчет себестоимости по элементам затрат:

- 1) материальные затраты;
- 2) заработная плата;
- 3) начисления на заработную плату;
- 4) амортизация;
- 5) прочие затраты.

Если существует вариант аренды помещения, то в отдельной строке указываются «Арендные платежи». Если будут использоваться заемный капитал, то в отдельной строке указывается «Проценты по кредитам».

Рассчитывая текущие затраты стоит индексировать их на инфляцию. Прогноз инфляции берется из официальных источников (официальные сайты определенных структур власти: Министерство экономического развития Российской Федерации, Министерство финансов Российской Федерации) [45, с. 78-79].

7. Денежные потоки проекта. Представляются по каждому виду деятельности предприятия (операционная, инвестиционная, финансовая), и по каждому из них рассчитываются притоки, оттоки и сальдо по шагам проекта.

Далее производится расчет общего сальдо на каждом шаге проекта (путем суммирования сальдо по трем видам деятельности). Затем рассчитывается сальдо нарастающим итогом по шагам проекта.

Разумеется, по итогам раздела подводится итог, делается вывод о финансовой реализуемости проекта [34, с. 96].

Если проект оказывается в результате всех проверок и подсчетом финансово реализуемым, то приступают к оценке его экономической эффективности. Если проект таким не является, то – необходима консультация с руководителем курсового проекта для того, чтобы выработать план дальнейших действий [42, с. 116].

8. Оценка экономической эффективности проекта.

Экономическая эффективность проекта оценивается с помощью показателей:

- 1) чистый дисконтированный доход;
- 2) индекс прибыльности;
- 3) внутренняя норма доходности;
- 4) дисконтированный период окупаемости.

Прежде чем приступить к расчету этих показателей, необходимо определить ставку дисконтирования одним из известных методов [47, с. 65].

9. Оценка рисков проекта.

Для оценки рисков проекта необходимо выполнить следующее:

- 1) операционный анализ (расчет точки безубыточности, порога рентабельности и запаса финансовой безопасности для каждого этапа проекта);
- 2) анализ чувствительности проекта (определение чувствительности проекта к цене, объему продаж) [28, с. 110].

Принципы разработки бизнес-плана определяют характер и содержание планируемой деятельности в организации. В соответствии с принципами

планирования необходимо создать условия для эффективной работы компании, тем самым снизив вероятность отрицательного результата. Во-первых, общие принципы плана были построены А. Файолем. В качестве основного требования для разработки программы или бизнес-плана он определил пять основных принципов: необходимость, единство, непрерывность, гибкость и точность.

Принцип необходимого планирования – это универсальное и обязательное применение плана при выполнении любого вида трудовой деятельности. Любая работа, как известно, представляет собой комплекс мероприятий, направленных на превращение природных ресурсов в готовую продукцию или услуги, а также на удовлетворение потребностей людей.

А. Файоль отметил, что никто не оспаривает полезность программы действий: прежде чем действовать, нужно понять, что мы хотим сделать и что мы можем сделать. Отсутствие плана или программы действий связано с нерешительностью, ошибочными маневрами и преждевременной ориентацией. В этом причина плохого положения дел и даже краха всего бизнеса. В любом бизнесе необходимо подготовить программу или план действий. Он может быть простым или сложным, кратким или подробным, долгосрочным или краткосрочным, тщательно продуманным или поспешно принятым, хорошим, средним или плохим [51, с. 125-126].

Таким образом, один производственный план заменяется другим без перерыва: один продукт заменяется другим продуктом вовремя, чтобы удовлетворить потребности рынка. Непрерывность планирования также подразумевает постепенный переход от стратегических планов к тактическим и от них к оперативным, а также необходимое взаимодействие между краткосрочными и долгосрочными планами.

Планирование непрерывности позволяет предприятиям постоянно отслеживать, анализировать и корректировать план в ответ на изменения во внутренней и внешней среде. Возможна любая степень точности, но при этом сохраняется приемлемая эффективность производства. Это в первую очередь

определяется используемыми системами и методами проектирования. Оперативное или краткосрочное планирование требует более высокой степени точности планируемых показателей, в то время как стратегическое или долгосрочное планирование может ограничиваться выбором общих целей и подготовкой приблизительных расчетов.

В современной отечественной науке и практике планирования широко известны общеэкономические принципы, такие как системность, целесообразность, комплексность, оптимальность, эффективность, научность, приоритетность, сбалансированность, занятость, результативность, самостоятельность, равноинтенсивность, конкретность, объективность, динамичность, риск и др. [36, с. 85].

Таким образом, по своей сути бизнес-план – это программа предпринимательской деятельности. В нем содержится описание компании, предполагаемый вид продукции (товара, работы, услуги), рынок сбыта, финансовые потребности и др. необходимую информацию. В то же время по своей форме бизнес план представляет собой официальный документ, который позволяет осуществить привлечение предпринимателя внешней финансовой поддержки. Этот документ предоставляет владельцу денежных сведения для принятия решения о финансировании или отказа в предоставлении средств.

1.3 Расчет основных показателей эффективности бизнес-плана

Расчет показателей, показателей выполнения бизнес-плана, независимо от технических, инженерных, финансовых, экономических, региональных особенностей производится на основе принципа. К ним относятся:

- 1) обзор проекта на протяжении всей жизни-примерное время) – деньги, вложенные в исследования для завершения проекта;
- 2) структура денежных потоков, включая все проекты, связанные с поступлениями и расходами денежных средств, и срок оплаты, имеют возможность использовать различные валюты;

3) относительное положение различных проектов (проекта, варианта) по сравнению;

4) учет только затрат и доходов, понесенных при реализации проекта, включая затраты, связанные с участием ранее созданных производственных ресурсов и прямым ущербом, причиненным в результате реализации проекта (например, прекращение существующей производственной части в рамках организации нового производства). Созданные ресурсы, используемые в проекте, должны оцениваться не по стоимости их создания, а по альтернативной стоимости, которая отражает максимальную сумму упущенной выгоды;

5) учет всех наиболее важных последствий проекта. При определении эффективности бизнес-плана необходимо учитывать все последствия его выполнения, как прямые экономические, так и неэкономические (внешние эффекты, общественное благосостояние). Там, где их влияние на способность может быть количественно оценено, оно должно быть оценено. В других случаях это влияние должно быть учтено экспертом;

6) в ходе реализации проекта потребность в оборотных средствах, необходимых для создания функциональности денежных средств, должна быть установлена с учетом ее влияния на результат бизнес-плана.

7) учет влияния неопределенности и риска (количества) в проекте [12, с. 71].

Любой инвестиционный план может быть разным: экономическим, техническим, организационным, большим. Каждый из этих аспектов важен по-своему, но экономические и финансовые аспекты планирования и инвестиций также важны и часто имеют решающее значение.

Основные подходы к оценке эффективности:

- 1) примитивная рыночная аналогия;
- 2) классическая теория;
- 3) интересы собственников [11, с. 130].

Принятие инвестиционного решения фирмой довольно сложно. Общим критерием, который необходимо учитывать в данном случае, являются критерии

повышения стоимости фирмы (создания стоимости), элементами которых, скорее всего, будут рост выручки фирмы, снижение производственного или финансового риска, повышение уровня эффективности ее работы и в результате принятие более эффективных решений.

Для того чтобы определить, возможно ли достичь таких результатов в инвестиционной деятельности, важнейшей задачей является оценка эффективности любого бизнес-плана. Ценность результатов зависит как от совершенного и надежного источника данных, так и от правильности методов, используемых для их анализа. Опыт и подготовка практиков и консультантов также играют важную роль в обеспечении правильной интерпретации результатов расчета [23, с. 59].

Далее рассмотрим основной интегральный показатель, который используется при экономической оценке эффективности.

Рассмотрим процесс расчета ставки дисконтирования. Ставка дисконтирования определим через модель капитальных активов (Capital Assets Pricing Model – CAPM) по формуле (1):

$$R = R_б + \beta \cdot (R_m - R_б) + \Delta R, \quad (1)$$

где $R_б$ – безрисковая ставка доходности, %;

β – коэффициент «бета», который измеряет относительный уровень дохода проекта по сравнению со средним доходом аналогичных проектов;

R_m – ставка доходности рыночного портфеля, %, средняя доходность соответствующего рынка.

ΔR – дополнительные субсидии:

1) размер компании – премия, учитывающая риск инвестирования в небольшую компанию, который связан с доверием и экономической стабильностью компании с небольшим формальным портфелем;

2) премия за риск – учитывает риск потери собственности, неожиданных изменений в законодательстве, потери национального дохода, смены государственного персонала, внешнеполитические риски и т.д. [18, с. 106].

Компоненты премии за риск определяются на экспертной основе (от 0 до 5% для каждого компонента).

Безрисковая ставка рассчитывается по формуле (2):

$$1 + R_b = \frac{1 + E_b/100}{1 + i/100}, \quad (2)$$

где R_b - реальная безрисковая процентная ставка;

E_b – номинальная безрисковая ставка;

i – прогнозируемый уровень инфляции.

Средняя ставка доходности отрасли по формуле (3):

$$1 + R_m = \frac{1 + E_m/100}{1 + i/100}, \quad (3)$$

где R_m – реальная средняя ставка доходности отрасли;

E_m – номинальная средняя ставка доходности отрасли;

i – прогнозируемый темп инфляции.

После расчета дисконта рассчитывается один из основных критериев оценки эффективности инвестиционного проекта – приведенная стоимость проекта (NPV) [15, с. 89]. Расчет ведется по формуле (4).

$$NPV_{IRR} = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{I_t}{(1+IRR)^t} = 0 \quad (4)$$

где NPV (IRR) – чистая текущая стоимость, расчитанная по ставке IRR,

CF_t – приток денежных средств в период t ;

I_t – сумма инвестиций (затраты) в t -ом периоде;

n – суммарное число периодов (интервалов, шагов) $t = 0, 1, 2, \dots, n$.

Период окупаемости показывает, сколько времени необходимо для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока, генерируемого проектом, по формуле (5).

$$PP = \frac{I_0}{NP}, \quad (5)$$

где PP – простой срок окупаемости;

I_0 – первоначальные капиталовложения;

NP – чистая прибыль.

Индекс доходности (Profitability Index, PI), который дает количество строк на единицу инвестиций и предоставляет информацию о результатах проекта.

Этот показатель рассчитывается как сумма от эксплуатации проекта и инвестиций до начала реализации проекта (формула (6)).

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^T (R_t - Z_t) \cdot \alpha}{\sum_{t=1}^T I_t \cdot \alpha^t}, \quad (6)$$

где R_t – поступления от реализации проекта в момент t , руб.;

Z_t – текущие затраты на реализацию проекта, руб.;

α – коэффициент дисконтирования, рассчитывается следующим образом:

Согласно этому показателю, проект с доходностью только больше 1 должен быть выполнен, но он не учитывает масштаб, поэтому его необходимо использовать вместе с показателем дисконтного дохода.

Внутренняя норма рентабельности проекта рассчитывается по следующей формуле (7), которая приравнивает чистую приведенную стоимость к нулю.

$$IRR = d_1 + \frac{NPV(d_1)}{NPV(d_1) - NPV(d_2)} \cdot d_2 - d_1, \quad (7)$$

где d_1 – максимальное значение дисконта (из ряда приведенных расчетов), при котором NPV принимал положительное значение;

d_2 – минимальное значение дисконта, при котором NPV принимал отрицательное значение [37, с. 158-160].

Таким образом, это основные интегральные показатели, используемые для экономической оценки эффективности бизнес-плана.

Риск проекта часто означает, что ожидаемое снижение в последнем показателе индекса проекта зависит от неопределенности. По количеству риск часто определяется как изменение показателей проекта: стоимости (NPV), внутренней нормы доходности (скорректированной с учетом дисконта) и срока окупаемости (PB) [30, с. 210].

Разработка инвестиций в проект основана на четко определенных предположениях о портфеле и текущих ценах, цене продажи товаров и продолжительности проекта. Независимо от качества и обоснованности этого предположения, развитие событий, связанных с реализацией проекта, всегда было неясным. Это основная аксиома для любой предпринимательской деятельности. В этом вопросе практика проектирования портфеля учитывает, среди прочего, факторы неопределенности и риска [43, с. 636].

Проектные риски организации имеют большое разнообразие и, в целях осуществления эффективного управления, классифицируются по следующим ключевым свойствам.

1) по виду риска:

– риск планирования. Этот риск порождается несовершенством подготовки бизнес-плана и проектных работ;

– строительный риск. Этот риск возникает в связи с необходимостью выбора квалифицированных подрядчиков;

– маркетинговый рыночный риск;

– риск финансирования. Этот вид риска связан с недостаточным общим объемом инвестиций ресурсов, необходимых для реализации проекта;

– инфляционный риск. В инфляционной экономике это отдельный вид проектного риска и т.д.;

– другие виды риска. К ним относятся стихийные бедствия и другие виды «форс-мажорных рисков» [55, с. 163];

2) в зависимости от этапов реализации проекта различаются следующие группы проектных рисков:

– риски проекта на прединвестиционной стадии;

– риски проекта на инвестиционной стадии;

– риски проекта на постинвестиционной (операционной) фазе;

3) по источникам возникновения выделяют следующие группы рисков проекта:

– внешний, систематический или рыночный риск (любой термин, определяющий этот риск, независимо от операционной компании);

– внутренний, когда систематический риск носит личный характер (любое слово для определения проекта может оказаться под угрозой в зависимости от деятельности конкретной организации) [31, с. 416-417];

4) по характеру проявления во времени, где выделяют две группы проектных рисков:

– постоянный непрерывный риск проекта. Она характерна для всего периода инвестиционной деятельности и связана с воздействием непрерывных элементов. В качестве проектного риска выступает, например, риск изменения процентной ставки;

– временные риски проекта. Она характеризуется тем, что риски постоянно возникают только на определенном этапе в процессе реализации бизнес-плана. Примером такого рода финансирования является риск банкротства как очень эффективной функции органа;

5) проектные риски классифицируются на следующие группы в зависимости от масштабов экономических потерь:

– приемлемый риск проекта. В целом, это проектные риски, которые влияют на нижнюю границу профиля минимальной доходности инвестиционного портфеля;

– критические риски проекта. Обычно это риски проекта, т.е. влияние проекта меньше нуля, т.е. чистый денежный поток равен инвестиционным затратам;

– риск катастроф. Обычно риск проекта, т.е. влияние проекта, меньше отрицательного, т.е. сумма чистых денежных потоков минус сумма инвестиционных затрат. В этом случае инвесторы теряют часть своего капитала;

б) проектные риски можно разделить на следующие две категории:

– прогноз рисков проекта. Виды рисков, связанные с периодичностью экономического развития, изменением фазы конъюнктуры финансового рынка, прогнозом конкуренции и т.д.;

– неожиданный риск проекта. Он характеризует те риски проекта, возникновение которых совершенно непредсказуемо. В качестве примера можно привести форс-мажорные обстоятельства, налоговый риск и некоторые другие риски [3, с. 142-144].

Комплексная оценка рисков проекта производится путем определения комплексного показателя рисков проекта, значение которого является «уровнем риска проекта». Данный показатель отражает влияние всех видов рисков, связанных с реализацией рассматриваемого проекта.

Выводы по первому разделу

В ходе написания первого раздела выпускной квалификационной работы были рассмотрены основные аспекты бизнес-планирования, рассмотрены основные разделы, требующиеся для включения в итоговый документ. Так же, были рассмотрены и описаны показатели по проекту, на основе которых можно делать выводы о целесообразности проекта и его пригодности к рынку.

2 АНАЛИЗ ОТРАСЛИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ АВТОМАСЕЛ

2.1 Обоснование необходимости выбора моторного масла для транспортного средства

Для обеспечения эффективной и долговечной работы вашего двигателя внутреннего сгорания необходимо регулярно и своевременно менять моторное масло и масляные фильтры. Моторное масло защищает трущиеся поверхности деталей двигателя от коррозии (образуя защитную пленку), тем самым уменьшая трение и защищая детали от загрязнения. Для выполнения этих функций необходимо использовать масло самого высокого качества [1, с. 42].

Замена моторного масла является одной из основных задач, включенных в протокол регулярного технического осмотра транспортных средств. Своевременная замена масла снижает износ силовой установки автомобиля, тем самым улучшая производительность автомобиля и уменьшая количество отказов двигателя. При обслуживании автомобилей следует обращать внимание на качество масла и на то, соответствует ли оно указанным характеристикам. Анализ конкретных требований к нефти и изучение нюансов, которые помогают в ее выборе, очень актуальны [16, с. 123].

На сегодняшний день рынок предоставляет большое количество различных видов моторных масел, тем самым создавая автовладельцам сложности при выборе качественного сырья. Главный приоритет при выборе этого товара – это то, что рекомендует производитель. В инструкциях и технических требованиях производителя указаны технические жидкости, смазки и масла, которые необходимо использовать. Для того чтобы двигатель внутреннего сгорания работал безупречно, производитель подбирает правильное масло из правильных компонентов. Это обеспечивает надлежащую смазку компонентов двигателя и предотвращает износ деталей. Кроме того, использование масла, не соответствующего спецификациям двигателя, приведет к увеличению расхода топлива и снижению компрессии. Если консистенция масла недостаточно вязкая,

эффективность смазки деталей с поверхностью снижается, а трение деталей двигателя увеличивается.

К техническим характеристикам масла относятся вязкость, коксуемость, зольность, противоизносные свойства, скрабирующие и диспергирующие свойства, антиоксидантные свойства, антикоррозионные и энергосберегающие свойства, температурные свойства (температура вспышки, температура застывания), содержание механических примесей и воды, цвет масла [41, с. 6].

Карбонизация масла – это способность масла образовывать слои углерода и смолы на деталях двигателя. Чем ниже коэффициент коксования, тем выше вероятность образования различных вредных смол, которые отрицательно влияют на работу двигателя.

Противоизносные типы масел уменьшают механический износ поверхностей деталей и предотвращают образование трещин, царапин и выступов. Производителем в масло добавляются специальные присадки, образующие пленку на металлической поверхности детали для лучшего скольжения.

Эффективность очистки – это способность масла очищать детали двигателя от широкого спектра лакообразных отложений, углеродистых отложений, мусора и других элементов.

Диспергирующие свойства масла предотвращают отложение нагара или продуктов сгорания.

Окисление масла ухудшает его качество. Чтобы этого избежать, в масло добавляют антиоксидантные присадки, которые защищают компоненты от воздействия кислорода и тем самым снижают процесс окисления.

К антикоррозионным свойствам масла можно отнести устойчивость к коррозии. Антикоррозийные присадки создают защитную пленку на поверхности компонентов двигателя, тем самым уменьшая повреждение металлической поверхности решетки компонентов.

Энергосберегающие свойства масла снижают расход топлива.

Температура вспышки – это характеристика, которая отражает способность масла воспламениться при воздействии тепла двигателя внутреннего сгорания. Его температура зависит от содержания примесей в масле, имеющем дно.

Если масло хорошего качества, его температура воспламенения также высока. Температура замерзания зависит от температуры, при которой масло переходит из жидкого состояния в твердое. Температура замерзания определяет вязкость масла [50, с. 33].

1. Высокие моющие, диспергирующие, желирующие и солюбилизирующие свойства, связанные с широким спектром нерастворимых загрязнителей, для обеспечения чистоты деталей двигателя.

2. За счет высокой термостойкости и термоокислительной стабильности масла поршень охлаждается, что увеличивает максимальный нагрев картерного масла, увеличивая цикл замены.

3. Моторное масло должно быть стойким. Это определяется прочностью пленки, вязкостью, необходимой при высоких температурах и высоких градиентных скоростях сдвига, а также способностью масла химически изменять поверхность металла во время граничного трения и нейтрализовать кислоту, образующуюся при окислении масла.

4. Отсутствует коррозионное воздействие на материал деталей двигателя, как во время работы, так и во время движения.

5. Масло должно быть устойчивым к старению. Он должен выдерживать внешние воздействия с минимально возможной потерей работоспособности.

6. Ровные вязкостно-температурные характеристики устанавливают холодный старт, холодный старт прокачки и отличную смазку в экстремальных условиях высокой нагрузки и уличной температуры.

7. Сохранять стабильность при транспортировке и хранении в контролируемых условиях.

8. Масло не должно сильно пениться при различных температурах.

9. Низкая летучесть, низкое потребление монооксида углерода (экологически чистый) [63].

При выборе моторного масла необходимо обращать внимание на логотип производящей фирмы.

Международные стандарты моторных масел:

1. SAE – Общество автомобильных инженеров.
2. API – Американский институт нефти.
3. ACEA – Европейская ассоциация производителей автомобилей.
4. ILSAC – Международная комиссия по стандартизации и утверждению моторных масел [39, с. 25].

Классификация SAE, основанная на вязкости и температурных свойствах:

1. Зимние – 0W, 5W, 10W, 15W, 20W, 25W.
2. Летние – 20, 30, 40, 50, 60.
3. Всесезонные масла (обозначаются двойной цифрой, например, масло 0W-30, 5W-40) [57, с. 43].

Классификация API делит продукты на 2 категории:

1. Категория S (сервис) – масла для 4-х тактных двигателей

Категория C (коммерческая) – масла для дизельных двигателей автотранспорта, дорожно-строительной техники и сельскохозяйственных машин [61, с. 343].

Классификация ACEA позволяет выделить 3 категории:

1. A/B – бензиновые и дизельные двигатели для легковых автомобилей, микроавтобусов, фургонов и грузовиков (например, масла A1/B1-12, A3/B3-12, A3/B4-12, A5/B5-12).

2. C – бензиновые и дизельные двигатели с каталитическим нейтрализатором (C1-12, C2-12, C3-12, C4-12).

3. E – высокопроизводительные дизельные двигатели (например, масла E4-12, E6-12, E7-12, E9-12) [59, с. 87].

Классификация ILSAC Международный комитет по стандартизации и апробации моторных масел (ILSAC) издал пять стандартов моторных масел:

1. ILSAC GF-1.
2. ILSAC GF-2.
3. ILSAC GF-3.
4. ILSAC GF-4.
5. ILSAC GF-5 [66].

Классификация ГОСТ 17479.1-85 разделяет масла:

1. Классификация по кинематической вязкости.
2. Группы по функциональным свойствам [69].

Минеральное моторное масло обладает хорошей устойчивостью к очистке и коррозии. Недостатком масла является то, что присадка быстро сгорает при высоких температурах окружающей среды. Его не следует использовать в высокопроизводительных двигателях.

Синтетические масла образуют на поверхности деталей защитную масляную пленку. Они используются в двигателях внутреннего сгорания, работающих в тяжелых условиях, и помогают быстро запустить двигатель внутреннего сгорания. Недостатком является их высокая стоимость

Полусинтетические масла содержат минералы и синтетические основы. Этот тип масла можно использовать при любых температурах. В отличие от минеральных масел, этот тип масла имеет более низкую вязкость. Если сравнивать с минеральными маслами: испаряется меньше, чем минеральные масла, и более стабилен, если сравнивать с синтетическими маслами, то стоит дешевле. Эти масла менее долговечны, чем их синтетические собратья.

Гидрокрекинг основан на минеральном сырье и имеет отличные эксплуатационные характеристики [72].

Выбор масла зависит от вязкости (работа в климатической зоне, изменение температуры окружающей среды) и типа применения (режим и тип двигателя) [67]. Моторное масло должно обеспечивать успешную работу

двигателя при различных температурах, предотвращать повышение или понижение уровня вязкости и способствовать быстрому запуску двигателя при низких температурах. Оно должно содержать различные присадки для защиты деталей двигателя от нагара.

Если масло изнашивается, оно стареет, и эксплуатационные характеристики двигателя ухудшаются. Правильное хранение продлит срок службы масла. Если используются продукты с истекшим сроком годности, на двигатель будет оказано негативное влияние из-за присадок, утративших свои функции. Чаще всего масло хранится в течение 5 лет. Срок годности начинается с момента вскрытия контейнера. Срок хранения определяется техническими условиями производителя и ГОСТами.

Масло также хранится в бочках или цилиндрах различной емкости, в пластиковых бутылках и в упаковке с завода. Масло не должно подвергаться воздействию прямых солнечных лучей, температура в помещении не должна превышать +20°C, влажность не должна превышать 70%, упаковки должны быть герметично закрыты, ничего не должно вибрировать. При соблюдении всех правил смазывающие свойства продукта сохраняются [68].

Если они хранятся в пластиковых бутылках, их следует хранить только для транспортировки, поскольку пластик вступает в химическую реакцию с маслом, что снижает его эффективность.

Если масло хранится в контейнерах, оно будет храниться дольше, но на дне металлической емкости могут образоваться отложения. Преимуществом такого хранения является то, что оно не подвергается воздействию солнечного света.

Лучшим вариантом хранения является то, что завод может удовлетворить все указанные требования к хранению.

Когда вода включена, масло меняет цвет или отправляет плесень в контейнер. Это масло больше нельзя использовать.

Если происходит взаимодействие с окружающей средой, то в двигателе образуются оксид и шлак, которые отрицательно влияют на его работу.

Для качественной работы двигателя необходимо использовать только оригинальное масло, указанное производителем [58, с. 258].

Из вышесказанного можно сделать следующий вывод – при выборе моторного масла для двигателя внутреннего сгорания в первую очередь следует руководствоваться требованиями производителя автомобиля. При выборе масла следует учитывать тип двигателя, спецификацию двигателя и режим его работы.

Правильную вязкость масла следует выбирать в зависимости от зоны эксплуатации автомобиля, температуры окружающей среды и влажности. Моторные масла должны содержать противоизносные, моющие и диспергирующие вещества, антиоксиданты, ингибиторы коррозии и энергосберегающие присадки для продления срока службы двигателя. При выборе моторного масла следует выбирать масла, отвечающие требованиям к качеству масла, определенным конкретными условиями эксплуатации и конструкцией двигателя.

2.2 Анализ мирового рынка автомасел

Мировой рынок моторных масел оценивался примерно в 18 000 килотонн в 2020 году, и прогнозируется, что в течение прогнозируемого периода (период 2021–2025 гг.) среднегодовой темп роста рынка превысит 2%. На рисунке 2.1 представлены размеры рынка в денежном выражении в 2017–2020 гг. и прогноз до 2025 г.

Исходя из динамики, представленной на рисунке, можно сделать вывод, что рынок имел стабильный рост в 2017-2019 гг., однако в 2020 г. последовал ожидаемый спад размеров рынка. COVID-19 в 2020 году негативно повлиял на рынок. Спад в автомобильной промышленности, а также временная остановка производства автомобилей и различных видов промышленной деятельности из-за продолжающегося сценария пандемии привели к сокращению потребления моторного масла, что оказало негативное влияние на востребованность рынка моторных масел [85].

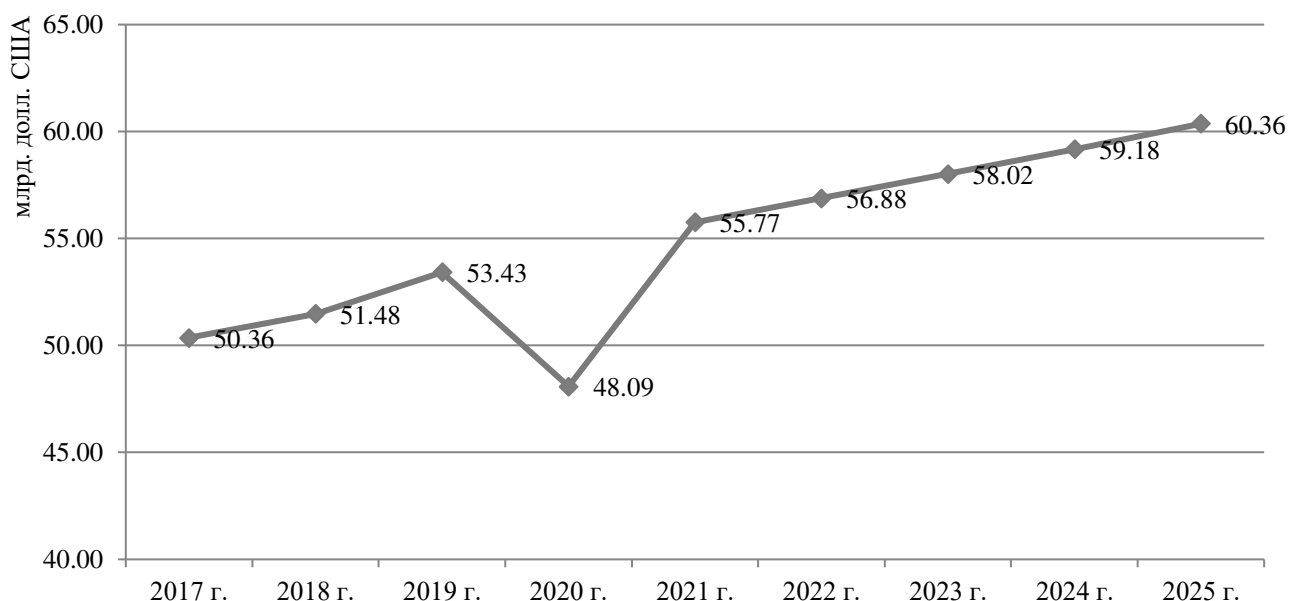


Рисунок 2.1 – Размер мирового рынка автомасел в денежном выражении

По данным агентства OICA, продажи автомобилей в 2020 году снизились примерно на 13,77% по сравнению с тем же периодом 2019 года, достигнув в общей сложности 77,97 миллиона единиц.

На рисунке 2.2 представлена динамика рынка в натуральном выражении, а также прогноз до 2025 г.

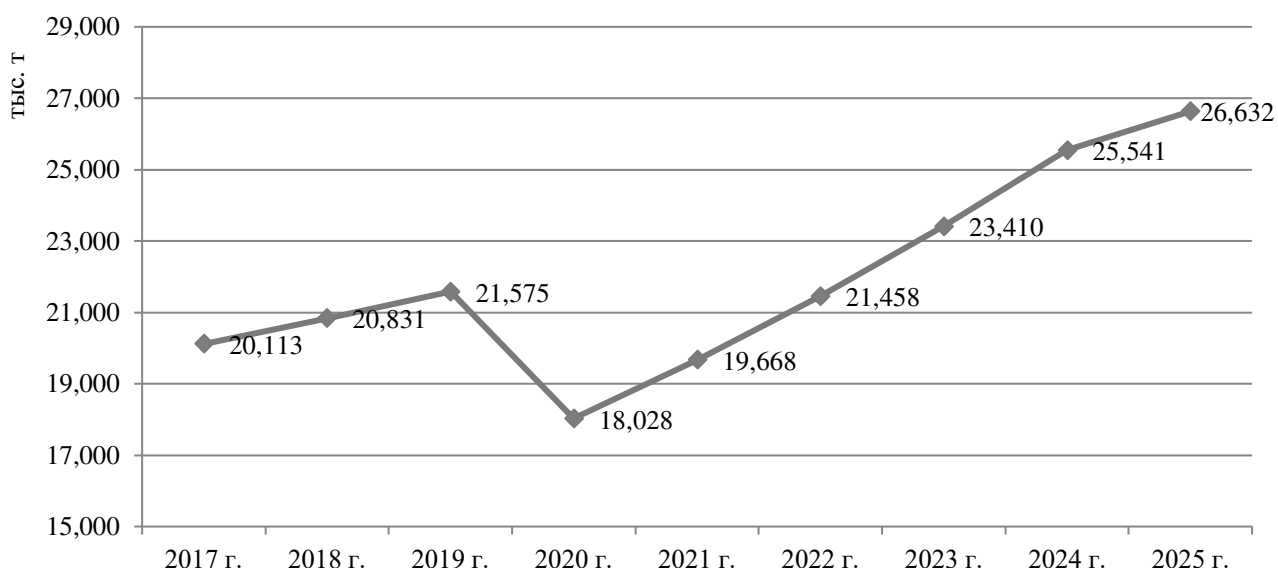


Рисунок 2.2 – Динамика мирового рынка в натуральном выражении

В среднесрочной перспективе растущее распространение высокоэффективных смазочных материалов во всем мире в недавнем прошлом было движущей силой рынка и, как ожидается, продолжится в течение периода исследования [82].

С другой стороны, факторами, влияющими на рост рынка моторных масел, являются увеличенные интервалы замены моторного масла и умеренное влияние электромобилей (электромобилей) в будущем, что окажет негативное влияние на спрос на рынке моторных масел.

Азиатско-Тихоокеанский регион доминировал на рынке, за ним следовали Северная Америка и Европа во всем мире с наибольшим потреблением из таких стран, как Китай, Индия, США и Россия, среди других.

Рынок моторных масел сегментирован по отраслям и географии конечных пользователей (рисунок 2.3) [80].

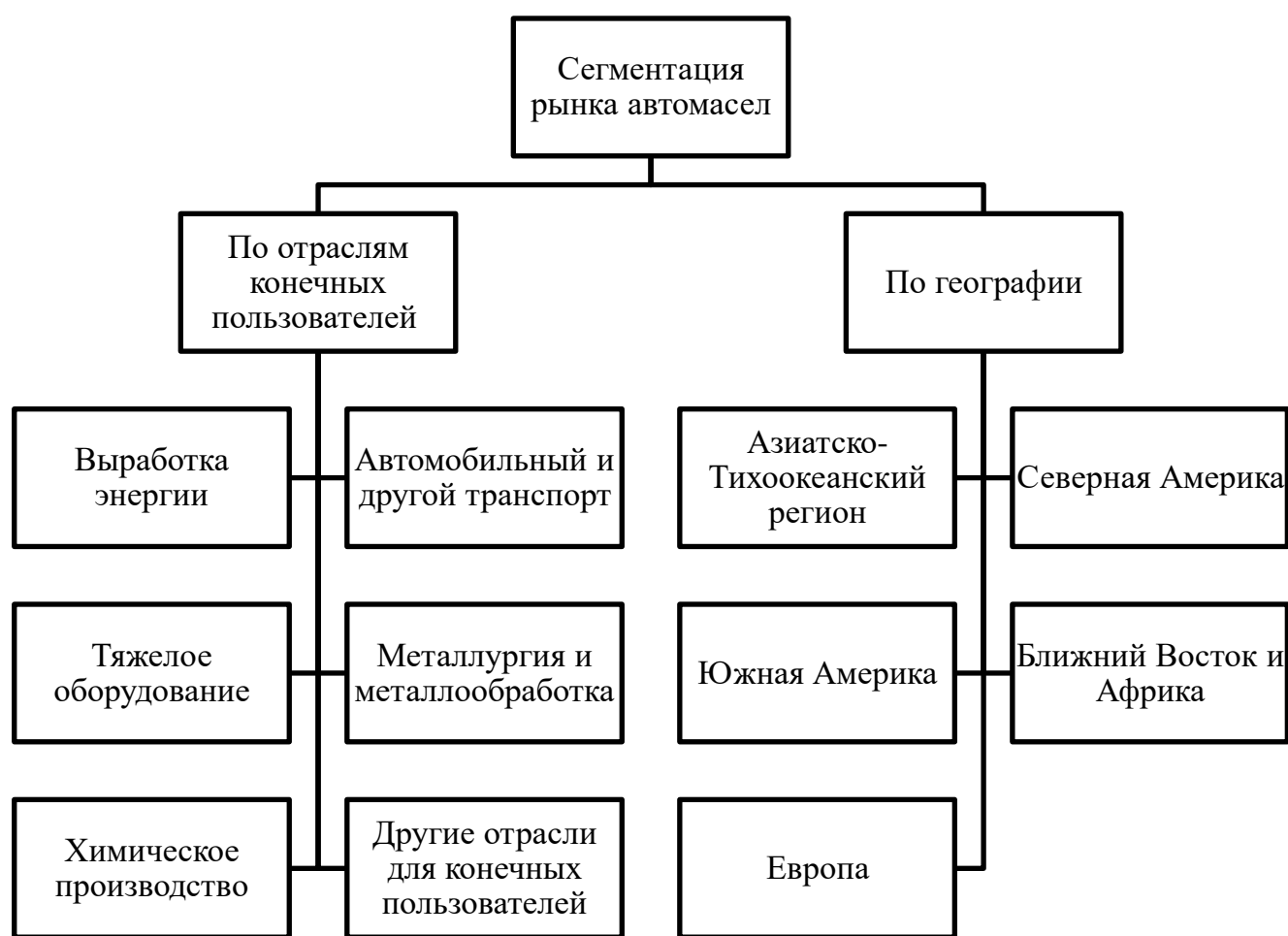


Рисунок 2.3 – Сегментация рынка автомасел

Охарактеризуем основные тенденции рынка.

На рисунке 2.4 представлено распределение сегментов рынка автомасел по конечным потребителям [81].

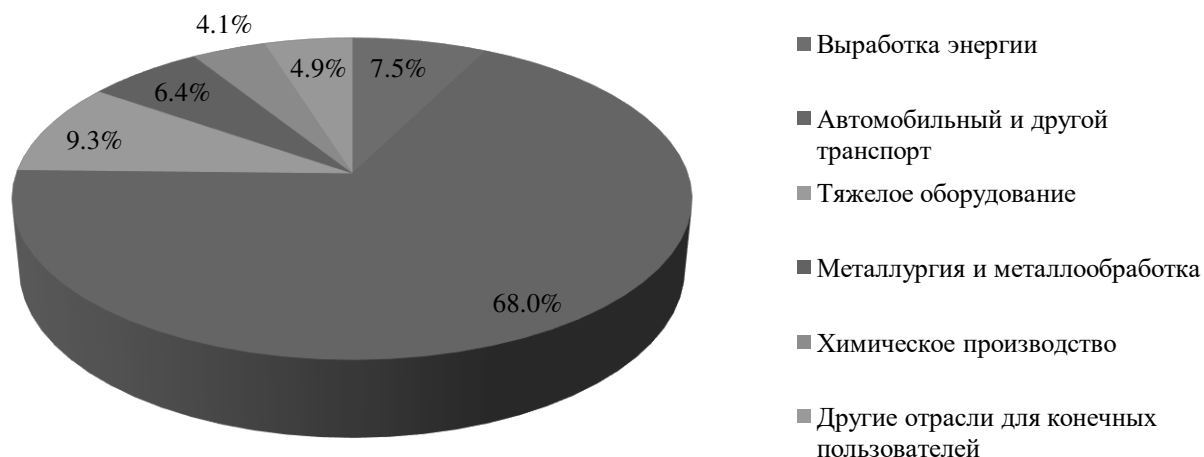


Рисунок 2.4 – Доли рынка автомасел по конечному пользователю

Сегмент автомобильного и другого транспорта является самым крупным потребителем моторного масла. Моторные масла широко используются для смазки двигателей внутреннего сгорания и состоят из 75-90% базовых масел и 10-25% присадок. Они обычно используются для таких целей, как уменьшение износа, защита от коррозии и бесперебойная работа внутренних устройств двигателя. Они работают, создавая тонкую пленку между движущимися частями для улучшения теплопередачи и снижения напряжения во время контакта частей.

Моторные масла с большим пробегом пользуются спросом благодаря свойствам, которые помогают предотвратить утечку масла и уменьшить его выгорание. В большинстве дизельных и бензиновых двигателей легких и тяжелых транспортных средств во всем мире используются масла классов вязкости 10W40 и 15W40.

Из-за глобального экономического спада после 2018 года продажи новых автомобилей замедлились. Продажи автомобилей снизились на 13,8% с 90,423 миллиона в 2019 году до 77,97 миллиона в 2020 году.

Технологические достижения представляют угрозу для роста моторных масел из-за увеличения интервалов замены моторного масла [84].

Кроме того, мировые продажи электромобилей в 2020 году увеличились на 39% в годовом исчислении и составили 3,1 миллиона единиц, при этом общие продажи легковых автомобилей снизились на 15,9% с 63,73 миллиона единиц в 2019 году до 53,59 миллиона единиц в 2020 году, что, как ожидается, снизится. препятствуют росту рынка моторных масел.

Таким образом, ожидается, что вышеупомянутые факторы существенно повлияют на рынок моторных масел в ближайшие годы [85].

Говоря о географической специфике рынка, стоит отметить, что Азиатско-Тихоокеанский регион доминирует на мировом рынке. Имеет место тенденция увеличения инвестиций в автомобильную промышленность в таких странах, как Малайзия, Индия и Таиланд. Например, британский бренд MG, принадлежащий китайской SAIC Motors и разработанный в сотрудничестве с тайландской Charoen Pokphand Group, нацелен на Таиланд со своим первым в мире пикапом Extender, который, скорее всего, будет стимулировать спрос на моторное масло. На рисунке 2.3 представлена информация о темпах роста рынка автомасел по регионам [83].



Рисунок 2.3 – Темпы роста рынка автомасел по регионам

Китай является крупнейшим потребителем моторного масла в регионе, а также во всем мире. Тем не менее, существует тенденция к снижению спроса и

производства автомобилей в стране, и ожидается, что в стране будет наблюдаться замедление роста до середины прогнозного периода из-за таких факторов, как насыщение рынка и замедление глобального экономического роста.

Китай – крупнейший в мире производитель автомобилей. Однако, по данным статистики продаж OICA за 2020 год, в Китае произошло снижение продаж на 1,9% и достигло 25,31 миллиона единиц в 2020 году с 25,79 миллиона единиц в 2019 году из-за пандемии COVID-19, что, в свою очередь, негативно повлияло на спрос на региональные продукты.

Продажи автомобилей в Китае подскочили на 365 процентов в годовом исчислении до 1,455 миллиона в феврале 2021 года, что станет одиннадцатым месяцем роста подряд, поскольку автомобильная промышленность еще больше оправилась от кризиса с коронавирусом. Если рассматривать первые два месяца года, продажи автомобилей составили 3,958 миллиона единиц, что на 76,9% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В 2021 году Китайская ассоциация автопроизводителей ожидает, что продажи автомобилей вырастут примерно на 4 процента по сравнению с 2020 годом [84].

В автомобильной промышленности Индии наблюдается постоянный сдвиг в предпочтениях в отношении транспортных средств, т. Е. Развитие автомобильного парка, благодаря последовательному экономическому развитию в сочетании с ростом доходов; потребители, в свою очередь, переходят с двухколесных транспортных средств на четырехколесные, что, в свою очередь, приводит к увеличению спроса на моторные масла для легковых автомобилей (РСМО). Несколько автопроизводителей начали активно инвестировать в различные сегменты отрасли, в связи с ростом спроса на автомобили.

По данным InvestIndia, ожидается, что к 2026 году объем автомобильной промышленности Индии составит 118 миллиардов долларов США. Ожидается, что Индия станет третьим по величине рынком легковых автомобилей в мире в 2021 году. против 3,81 млн в 2019 году, зафиксировав снижение продаж на 23% [80].

Таким образом, ожидается, что вышеупомянутые факторы существенно повлияют на рынок моторных масел в ближайшие годы.

На мировом рынке моторных масел для автомобилей наблюдается значительный технологический прогресс, который привел к разработке передовых моторных масел. Это также привело к разработке превосходного моторного масла для автомобильной промышленности.

Видные поставщики на рынке также начали уделять внимание повышению эффективности моторного масла за счет использования передовых антиоксидантов, поверхностно-активных веществ, агентов высокого давления и лучших ингибиторов коррозии. Кроме того, поставщики свели к минимуму использование частиц, включая графит и политетрафторэтиленовые смолы, чтобы улучшить общие характеристики двигателя и добиться более четких выбросов [82]. Таким образом, ожидается, что эти достижения в технологии моторных масел будут стимулировать рынок моторных масел для автомобилей в течение прогнозируемого периода

Спрос на полностью синтетическое моторное масло окажет положительное влияние на рост мирового рынка моторных масел в течение прогнозируемого периода. В полностью синтетическом моторном масле используется синтетическое базовое масло высшего качества с передовыми присадками и смазочными материалами. Это масло даже помогает двигателю бороться с отложениями нагара и нагара. Кроме того, полностью синтетическое моторное масло также обеспечивает превосходную защиту двигателя от износа и выдерживает экстремальное давление и температуру. Таким образом, спрос на это моторное масло с годами значительно увеличился благодаря его преимуществам в производительности, что, в свою очередь, будет стимулировать рост рынка в течение прогнозируемого периода [84].

Сделаем вывод, что рынок автомасел в мире стабильно развивается, что обусловлено общей тенденцией к автомобилизации, однако он нестабилен в связи с зависимостью от рынка производства автомобилей.

2.3 Анализ рынка моторных масел Российской Федерации

С точки зрения добычи нефти российский рынок является одним из ключевых рынков в Европе, что связано с ростом продаж автомобилей и восстановлением экономики после введения санкций крупнейшими мировыми державами. В то же время не все так хорошо, потому что большая часть команды представлена подержанными автомобилями, а вся российская команда «стареет».

Широкий рынок российских автомобильных масел и смазочных материалов имеет в основном два направления. С одной стороны, около трети новых автомобилей производятся представителями зарубежной автомобильной промышленности, которая требует более высоких моторных масел с точки зрения технических характеристик, разрешений и соответствия требованиям. С другой стороны, сегмент CVL, который характеризуется тем, что большая часть отечественных производителей тяжелой техники использует устаревшие моторные масла для технического обслуживания.

Продажи автомобилей стимулируются медленным восстановлением экономики после санкций: по данным МВФ, рост на 2% в 2018 году и на 1% в 2019 году, этот рост ВВП не впечатляет, но, естественно, любой показатель роста в то же время, рост промышленности в 2018 году в целом снизился на 1,5%. По итогам 2020 г., и по состоянию на май 2021 г. ситуация наблюдается парадоксальная – казалось бы, в связи со спадом экономики из-за пандемии коронавируса покупательская способность населения должна снизиться, и, как следствие, снизиться спрос на автомобили. Но текущая ситуация уникальна – при снижении покупательской способности наблюдается ярко выраженный рост продаж автомобилей, и, как следствие, рост рынка автомасел [79].

На рисунке 2.4 представлена динамика российского рынка автомасел в 2017–2020 гг. [65].

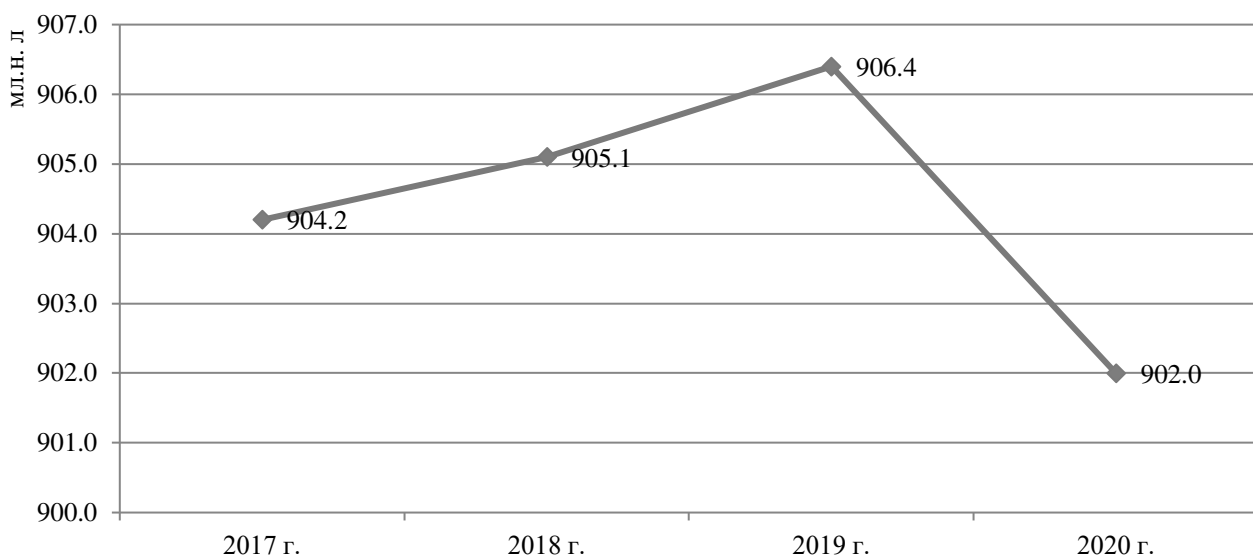


Рисунок 2.4 – Динамика рынка автомасел России в натуральном выражении

Как следует из представленной динамики, по итогам 2020 г. произошло снижение рынка на 4,4 млн. л, однако снижение было не таким существенным, как могло бы быть как раз в связи с повышенным спросом на автомобили.

Прогноз развития рынка весьма оптимистичен (рисунок 2.5). Например, маркетинговое агентство «НАРІ» ожидает, что уровень потребления масла для легковых автомобилей увеличится до 360 000 тонн в 2024 году по сравнению с 339 000 тонн в 2019 году [73].

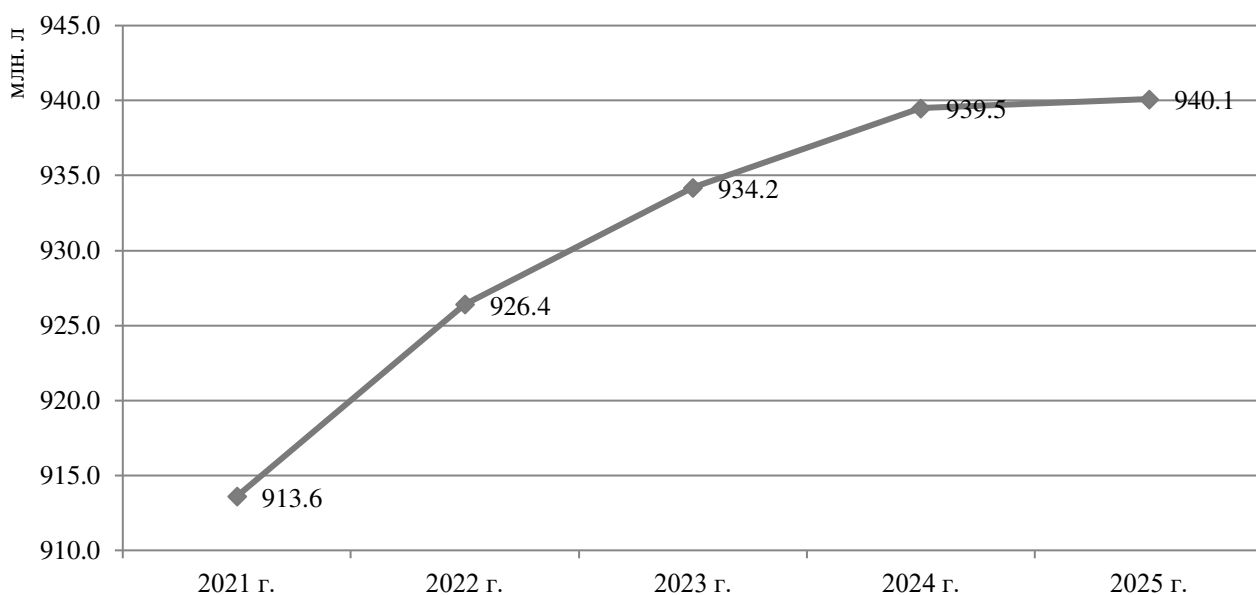


Рисунок 2.5 – Прогнозируемая динамика рынка автомасел в натуральном выражении

Сделаем вывод, что прогнозируется рост рынка автомасел в натуральном выражении на 38,21 млн. л к 2025 г. Разумеется, подобная динамика будет иметь место лишь в том случае, если спрос на автомобили будет находиться на высоком уровне.

Если говорить о структуре потребления моторного масла по вязкости, то наибольшая доля приходится на класс 5W-30 (рисунок 2.6) [71].

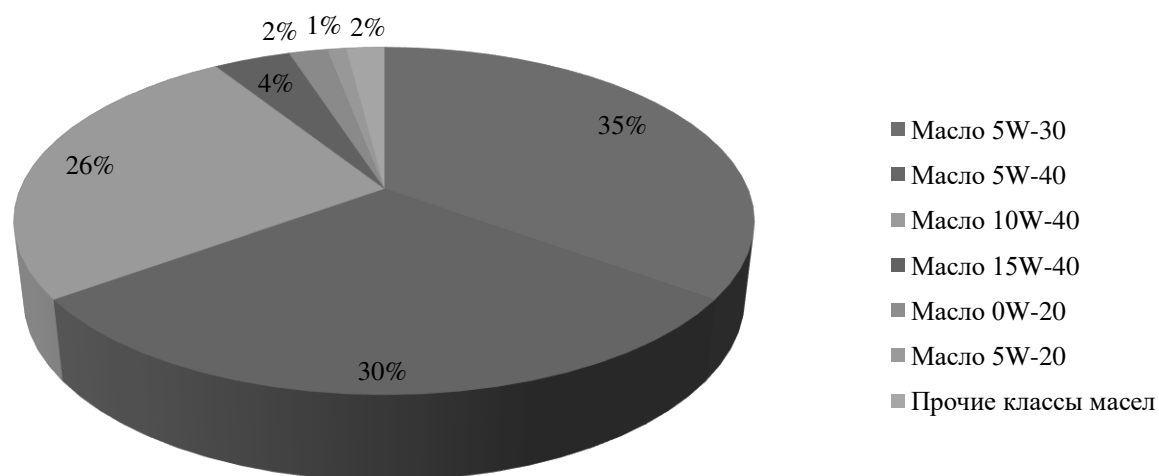


Рисунок 2.6 – Доля отдельных классов масел в общей структуре

Масло класса 5W-30 применяется в большинстве современных моторов, поскольку является универсальным, в т.ч. и по сезонности.

На рисунке 2.7 представлена структура рынка автомасел по типу базы [75].

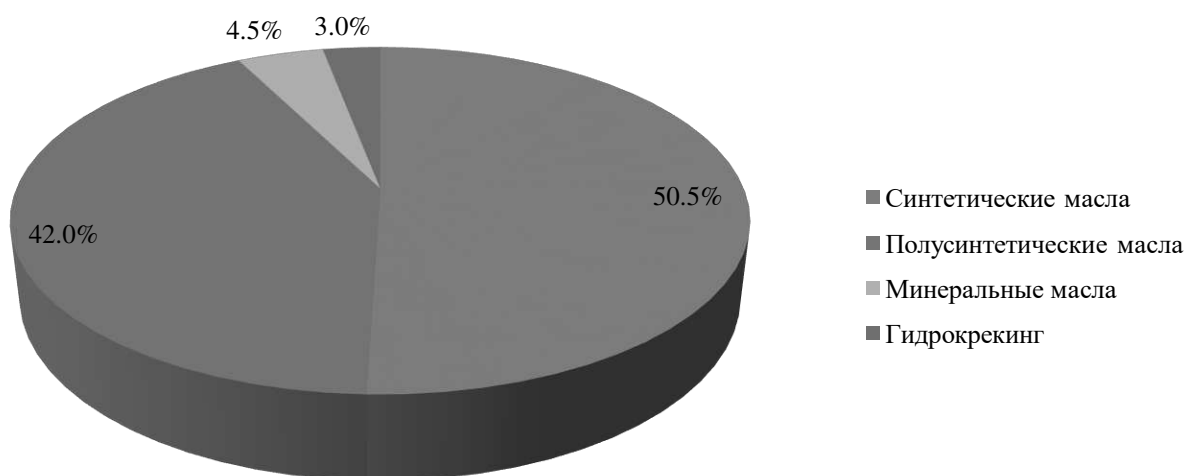


Рисунок 2.7 – Структура рынка автомасел по типу базы

Сделаем вывод, что наиболее востребованными являются синтетические масла, что объясняется их качеством и универсальностью.

На рисунке 2.8 представлена структура рынка по брендам [70].

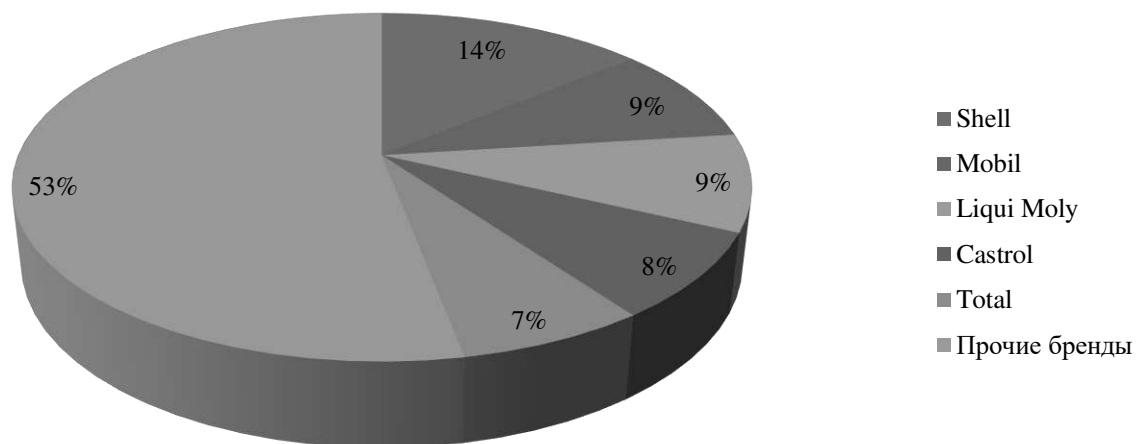


Рисунок 2.8 – Структура рынка автомасел по брендам

При анализе долей брендов моторных масел был выявлено, что наибольшую долю рынка занимает Shell – 14%. Стоит отметить, что 53% приходится на другие менее известные бренды масел. Это объясняется тем, что в канале точечных магазинов покупатели прежде всего ориентируются на рекомендации продавцов и мастеров автосервиса, а не на известность бренда.

Тем не менее, премиальные бренды продолжают удерживать значительные доли рынка благодаря развитой сети региональных представителей, которые специализируются исключительно на категории ГСМ и автохимии [77].

Российский рынок смазочных материалов в целом и моторного масла в частности является крупнейшим в Европе и одним из самых больших в мире. В настоящий момент на нем происходят структурные изменения, связанные с переходом от производства стандартных смазочных материалов в соответствии с ГОСТом к производству премиальной продукции. Помимо изменений технологического характера, на рынок оказывают влияние и макроэкономические условия, которые привели к росту спроса на отечественные материалы за счет сокращения потребления импорта [76].

Основные игроки, представленные крупными вертикально интегрированными нефтегазовыми компаниями, наращивают производственные мощности и повышают конкурентоспособность в премиальном сегменте. Тем не менее, в некоторых секторах, таких как цветная металлургия и целлюлозно-бумажная отрасль, в основном используется импортное оборудование. В связи с этим ожидается, что доля иностранных смазочных материалов в объеме потребления данных секторов останется высокой.

Вывод по второму разделу

В ходе написания второго раздела был проведен анализ рынка моторных масел Российской Федерации. При рассмотрении рынка были выявлены общие тенденции и сформировано общее представление о положении рынка на сегодняшний день.

3 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА МАГАЗИНА АВТОМАСЕЛ

3.1 Обоснование проекта

В наше время с каждым годом машин становится все больше, а для поддержания корректной работы автомобиля необходимо своевременное его обслуживание. Поэтому любой бизнес, связанный с расходными материалами для автомобилей, а именно продажа автомасел будет процветать и приносить хорошую прибыль.

Очень важно выбрать подходящее место для открытия магазина автомасел. Расположение магазинов автомасел в г. Челябинск представлено на рисунке 3.1.

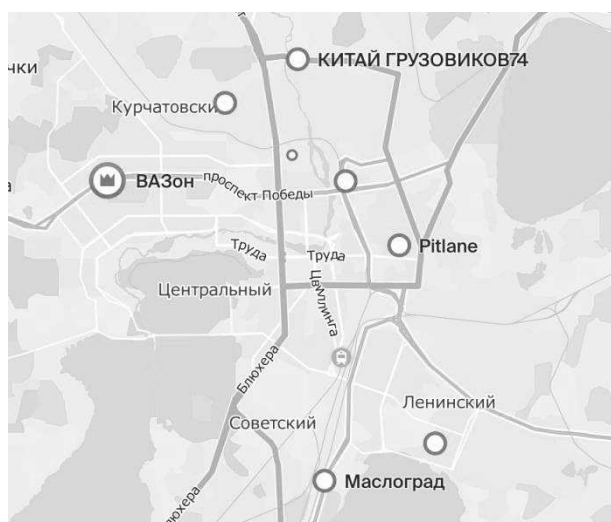


Рисунок 3.1 – Расположение магазинов автомасел в г. Челябинск

На рисунке видно, что на данный момент в городе не так много магазинов-конкурентов. Стоит выбирать места, где скапливается достаточно большое количество автомобилистов. Например, проспект с активным транспортным движением, авторынок, магазин автозапчастей. Наиболее выгодным местом будет близость с магазином автозапчастей. Важный момент – не должно быть рядом (в шаговой доступности) магазинов автомасел.

Магазин будет находиться в г. Челябинск в Советском районе на ул. Воровского, д. 41. Данное место удобно тем, что находится в непосредственной близости с магазином автозапчастей и на достаточном расстоянии от магазина-конкурента.

На рисунках 3.2 расположение будущего магазина.

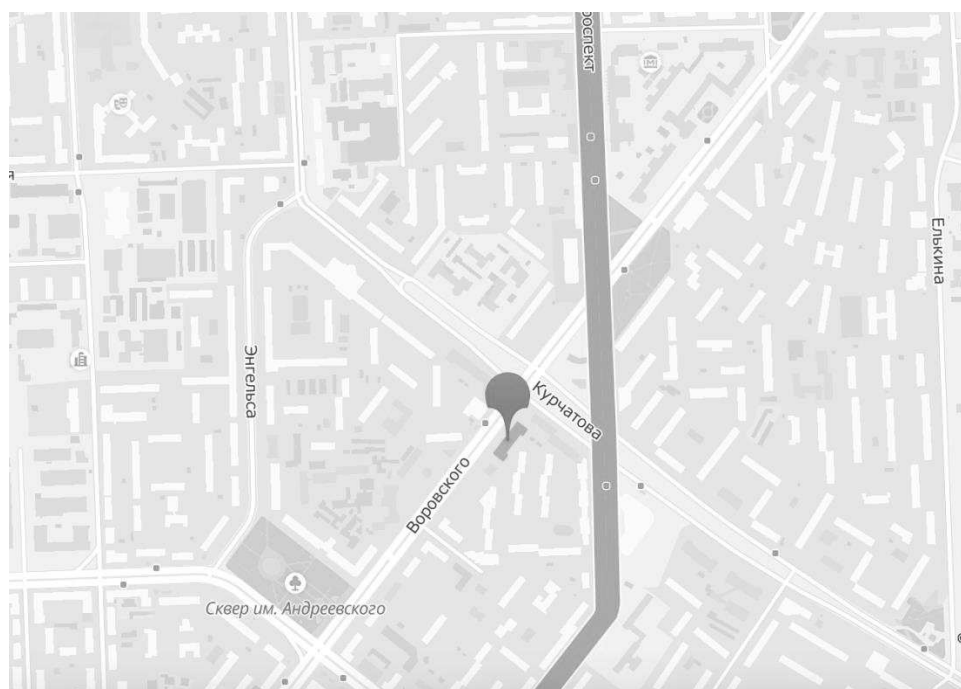


Рисунок 3.2 – Территория будущего магазина автомасел

Таким образом, магазин предлагается к открытию в Центральном районе г. Челябинска, около крупной транспортной развязки, ведущей к железнодорожному вокзалу.

На рисунке 3.3 представлен внешний вид здания, в котором будет располагаться магазин. Площадь помещения: 70 кв.м.



Рисунок 3.3 – Территория будущего магазина автомасел

Имеет смысл иметь в ассортименте как можно больше разных автомасел. Именно они будут в приоритете. Для увеличения среднего чека можно добавить сопутствующие товары. Например, масляные фильтры, промывочные жидкости. Не стоит добавлять в ассортимент запчасти, дабы избежать излишков товарного запаса. В магазине будут представлены 3 товарные группы моторные масла нескольких видов (для бензиновых и дизельных двигателей).

С целью определения возможного спроса на товары проектируемого магазина было проведено анкетирование возможных клиентов. На основе анкетирования были сделаны соответствующие выводы. Анкета состоит из 10 вопросов (приложение А).

В анкетировании участвовали жители г. Челябинск. Всего ответили на вопросы 78 человек в возрасте от 18 до 57 лет.

В результате был проведен анализ и получен портрет потенциального клиента. У 73% респондентов имеется свой автомобиль, что является большим плюсом для данного бизнеса, причем 83% опрошенных – мужчины.

На рисунке 3.4 представлено, как распределяются участники опроса, имеющие автомобиль, в зависимости от возраста.

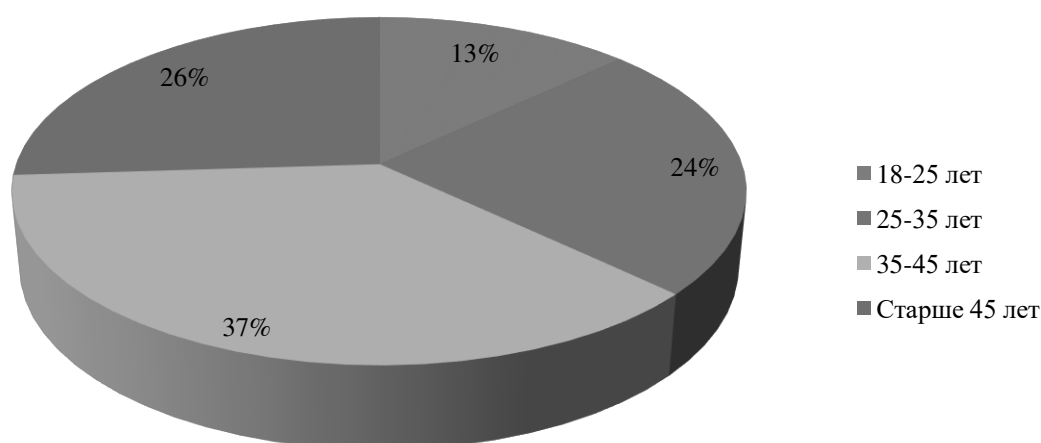


Рисунок 3.4 – Возраст владельцев автомобиля

Сделаем вывод, что среди владельцев преобладают люди в возрасте 35-45 лет, на втором месте – люди в возрасте старше 45 лет

На рисунке 3.5 показан уровень дохода потенциального клиента.

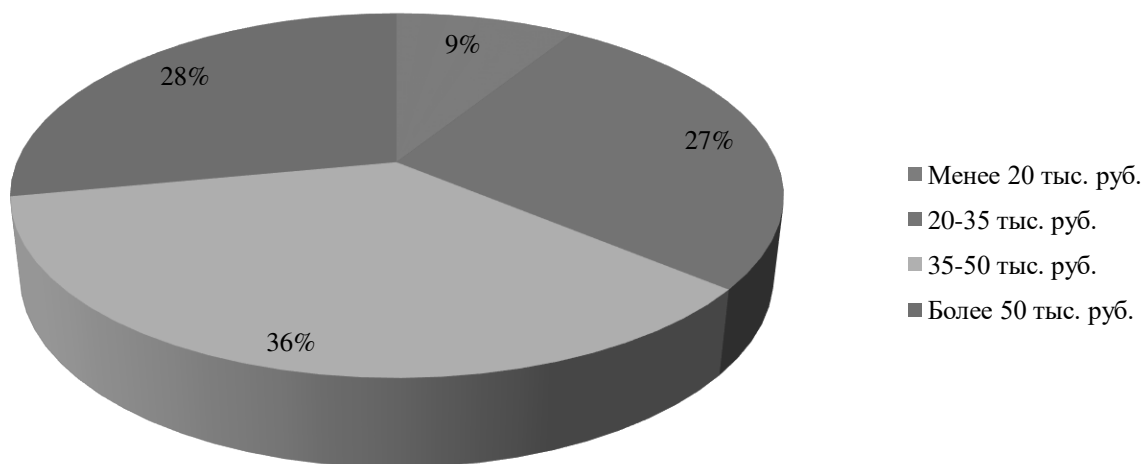


Рисунок 3.5 – Уровень дохода опрошенных

Сделаем вывод, что большая часть опрошенных имеет уровень дохода 35-50 тыс. руб., меньше всего водителей с доходом менее 20 тыс. руб.

Чаще всего респонденты отвечали, что производят замену моторного масла 1 раз в год (рисунок 3.6).

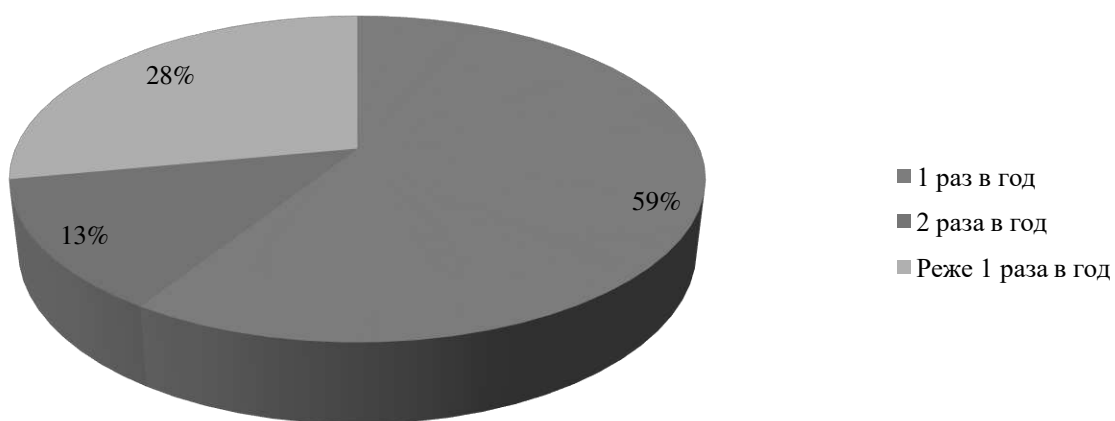


Рисунок 3.6 – Частота замены моторного масла

Все опрошенные приобретают вместе с моторным маслом масляный фильтр и промывочное масло, таким образом, можно сделать вывод, что данные позиции также необходимо включить в ассортимент магазина помимо моторного масла.

Причем у большинства (81%) бензиновый двигатель. Этот момент тоже важно учитывать при составлении ассортимента автомасел.

На вопрос «Важна ли для Вас оригинальность продукции (наличие сертификата?» ответили «да» 87% опрошенных. Это было очевидно, ведь в настоящее время достаточно большой объем автомасел является подделкой, никакой адекватный человек не будет намеренно покупать масло плохого качества (подделку) по цене оригинала. Мы же в свою очередь будем вкладывать в пакет с покупкой копию сертификата на каждое купленное масло. Это будет нашим уникальным торговым предложением.

Современные люди живут во время процветания доставки в разных сервисах, что особенно актуально в условиях пандемии коронавируса COVID-2019? именно поэтому был включен вопрос о доставке в анкету. 83% опрошенных выбрали доставку. При проведении анализа конкурентов на наличие доставки был заключен следующий вывод: практически ни у одного подобного магазина нет доставки. Мы в свою очередь будем предлагать клиенту бесплатную доставку при покупке сразу моторного масла, промывочного масла и масляного фильтра.

Таким образом, потенциальный клиент будет следующим:

1. Мужчина 35 лет.
2. Доход 35 000 – 50 000 рублей.
3. Производит замену моторного масла 1 раз в год.
4. Между доставкой и поездкой в магазин выбирает доставку товара.
5. Важно наличие сертификата на продукцию.

С целью определения примерного диапазона цена, было проведено исследование магазинов автомасел в городе Челябинске. В частности, в регионе для бензиновых двигателей используется масло 5W40, а для дизельных двигателей 0W20. Исследование проводилось 7 марок моторного масла с вязкостью 5W40, объемом 4 л.

Результаты исследования стоимости моторных масел в магазинах города Челябинск представлены на рисунке 3.7.

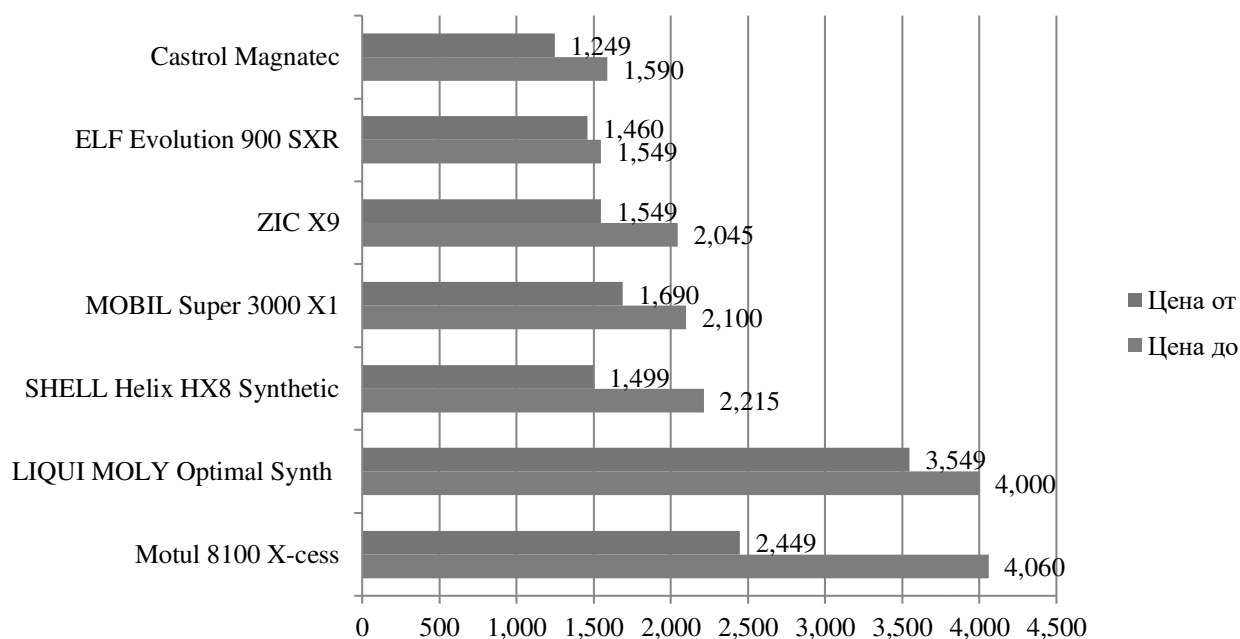


Рисунок 3.7 – Стоимость моторных масел в г. Челябинск, руб.

Из таблицы видно, что самым дорогим из выбранных масел является Motul 8 100 X-cess, а самым дешевым – Castrol Magnatec A3/B4.

Главной целью проектируемого магазина является обеспечение потребности населения г. Челябинска в качественных моторных маслах по доступным ценам.

Анализ рынка планируемой к реализации продукции показал наличие спроса на моторные масла в г. Челябинск, учитывая динамично развивающуюся в г. Челябинск сферу автомобильного транспорта.

3.2 План проекта

Для открытия любого бизнеса необходимо четко понимать, какие вложения потребуются. В таблице 3.1 представим затраты на оборудование, которое понадобится для работы магазина.

Таблица 3.1 – План затрат на оборудование

Наименование	Количество	Цена за 1 шт., руб.	Общая сумма, руб.
Стеллажи	6	7 000	42 000
ККМ (включая установку)	1	35 500	35 500
Прилавок торговый расчетно-кассовый	1	5 500	5 500

Окончание таблицы 3.1

Наименование	Количество	Цена за 1 шт., руб.	Общая сумма, руб.
Офисная техника (компьютер, МФУ)	2	25 000 5 000	30 000
Итого			103 000

Таким образом, в связи с открытием магазина будет необходимо приобретение оборудования на сумму 103 000 руб.

Для нормального функционирования магазина потребуются оборотные средства, которые относятся к мобильным активам предприятия. Рассмотрим их подробнее в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Инвестиционные вложения в оборотные средства

Название	Количество, шт.	Цена 1 шт., руб.	Стоимость, руб.
Моторное масло 5W-30	125	431	53 875
Моторное масло 5W-40	265	429	113 685
Моторное масло 0W-20	190	394	74 860
Моторное масло 0W-30	150	401	60 150
Моторное масло 10W-40	450	476	214 200
Моторное масло 15W-40	450	117	52 650
Итого	1 630	2248	569 420

Таким образом, инвестиционные вложения в масла, которые будут продаваться, составят 569 420 руб.

Деятельность будет вестись в качестве ИП (индивидуального предпринимателя). Для регистрации ИП требуются следующие документы:

1. Заявление о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя по форме Р21001;
2. Копия паспорта;
3. Квитанция об оплате госпошлины;
4. Заявление о переходе на упрощенную систему налогообложения по форме № 26.2-1.

Выгодно работать по упрощенной системе налогообложения (доход минус расход). Ставка налога на прибыль при этом устанавливается 15%. Также при

расчете размера затрат (ежемесячных) следует учитывать заработную плату персонала и арендную плату.

К обязанностям самого индивидуального предпринимателя относятся обеспечение эффективной работы персонала, контроль дисциплины в коллективе, контроль поставок продукции.

В таблице 3.3 представим совокупные инвестиционные затраты по проекту.

Таблица 3.3 – Инвестиционные затраты по проекту

Наименование	Сумма затрат, руб.
Приобретение основных средств	103 000
Приобретение оборотных средств	569 420
Регистрация, включая получение всех разрешений	25 000
Реклама, затраты на открытие, вывеску	25 000
Подготовка помещения	25 000
Итого	747 420

Таким образом, совокупные затраты, связанные с открытием магазина, составят 747 420 руб.

Финансирование планируется за счет привлеченных средств в виде банковского кредита на сумму 700 000 руб. под ставку 10,9% годовых на 3 года. Остальная сумма в размере 47 420 руб. – собственные средства инвесторов. В приложении Б представлен график выплат по кредиту. Исходя из графика выплат, можно сделать вывод о том, что при погашении кредита в течение трех лет, переплата составит 123 924 руб.

В качестве персонала будут привлечены продавцы, курьер, уборщица. Расчет заработной платы персонала представлен в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Заработная плата персоналу

Должность	Количество работников	Заработная плата руб./мес.	Итого заработная плата, руб.	
			В месяц	За год
Продавец-универсал	4	20000	80 000	960 000
Курьер	2	25000	50 000	600 000
Уборщица	1	14000	14 000	168 000
Итого	7	–	144 000	1 728 000
Отчисления с заработной платы (30%)			86 400	2 496 000
ФОТ			230 400	4 224 000

Магазин будет работать ежедневно с 10:00 до 22:00. Был составлен планируемый график работы сотрудников, который будет покрывать все календарные дни, представлен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – График работы сотрудников

Должность	График работы
Продавец-универсал	2/2
Курьер	2/2
Уборщица	1/1

Исходя из представленного графика сделаем вывод, что каждый день в магазине будет работать по 2 продавца-универсала, а также по одному курьеру. Уборщица будет работать ежедневно, производить уборку после окончания работы магазина.

В таблице 3.6 представим постоянные затраты, связанные с работой проектируемого магазина.

Таблица 3.6 – Постоянные издержки

Название	Стоимость, руб. в месяц	Стоимость, руб. в год
ФОТ	230 400	4 224 000
Аренда помещения	35 000	420 000
Взносы ИП за себя	3 407	40 884
Платеж по кредиту	22 884	274 608
Реклама	5 000	60 000
Коммунальные платежи	15 000	180 000
Прочие расходы	98 000	1 176 000
Итого	409 691	6 375 492

Таким образом, постоянные затраты, связанные с функционированием магазина моторных масел, составят 409 691 руб. в месяц или 6 375 492 руб. в год.

Исходя из проведенного анализа спроса, был составлен план продаж. В таблице 3.7 представим доходы и расходы по проекту.

Таблица 3.7 – Доходы и расходы по проекту

Показатель	1 год	2 год	3 год
Продажи	10 440 000	10 789 200	10 818 000
Постоянные расходы	6 375 492	6 630 512	6 895 732
Переменные расходы (стоимость товаров)	2 203 884	2 493 384	1 782 482

Окончание таблицы 3.7

Показатель	1 год	2 год	3 год
Прибыль до налогообложения	1 860 624	1 665 304	2 139 786
Налог на прибыль 15%	279 094	249 796	320 968
Чистая прибыль	1 581 530	1 415 509	1 818 818

Таким образом, уже в первый год существования магазина моторных масел чистая прибыль будет положительной. На второй год чистая прибыль снизится на 166 022 руб. из-за роста расходов, однако к третьему году она вырастет до 1 818 818 руб.

График реализации проекта (диаграмма Ганта) с указанием количества дней представлена в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – График реализации проекта (диаграмма Ганта)

Работы (содержание)	Этапы реализации проекта в 2021 г. (в месячной разбивке) / длительность в днях		
	Июль	Август	Сентябрь
Регистрация бизнеса в качестве ИП	7		
Заключение договора на аренду помещения	5		
Получение заключения санитарно-эпидемиологического заключения, разрешения Госпожнадзора	7		
Получение кредита	7		
Закупка торгового оборудования	10		
Поиск поставщиков	7		
Оформление договоров на поставку		10	
Ремонтные и отделочные работы в арендном помещении		10	
Набор персонала		15	
Открытие магазина			01.09

Сделаем вывод, что при условии начала работы по проекту с 1 июля 2021 г. открытие магазина состоится 1 сентября 2021 г.

3.3 Основные показатели эффективности бизнес-плана и анализ рисков проекта

В таблице 3.9 представим денежные потоки по проекту.

Таблица 3.9 – Денежные потоки по проекту, руб.

Показатель	1 год	2 год	3 год
Денежные потоки от операционной деятельности	10 440 000	10 789 200	10 818 000
Денежные потоки от инвестиционной деятельности	1 316 840	0	0
Сальдо суммарного денежного потока проекта	9 123 160	10 789 200	10 818 000
Накопленный суммарный денежный поток	9 123 160	18 329 002	30 876 756
Коэффициент дисконтирования	0,83	0,68	0,56
Накопленный суммарный денежный поток	9 123 160	18 329 002	30 876 756
Коэффициент дисконтирования	0,83	0,68	0,56
Дисконтированный суммарный денежный поток	7 539 802	12 518 955	17 429 124
Накопленный дисконтированный суммарный денежный поток	7 539 802	20 058 756	37 487 880
Чистый дисконтированный доход	7 383 160,00	16 374 160,00	25 389 160,00
NPV			21 136 077

Сделаем вывод, что исходя из плана денежных потоков, уже в первый год проект принесет прибыль. NPV по проекту составит, как ожидается, 21 136 077 руб.

В таблице 3.10 представлены данные о точке безубыточности проектируемого магазина моторных масел.

Таблица 3.10 – Точка безубыточности магазина моторных масел

Наименование	Значение
Постоянные затраты, руб.	2 529 922
Переменные затраты, тыс. руб.	5 160 339
Выручка от продаж, руб.	10 440 000
Объем реализации, ед.	4 340
Средние переменные затраты на единицу продукции, руб.	1 189,02
Средняя цена за единицу, руб.	2 405,53
Точка безубыточности в денежном выражении, руб.	5 002 666,97
Точка безубыточности в натуральном выражении, ед.	2 080

В графическом виде точка безубыточности представлена на рисунке 3.8.

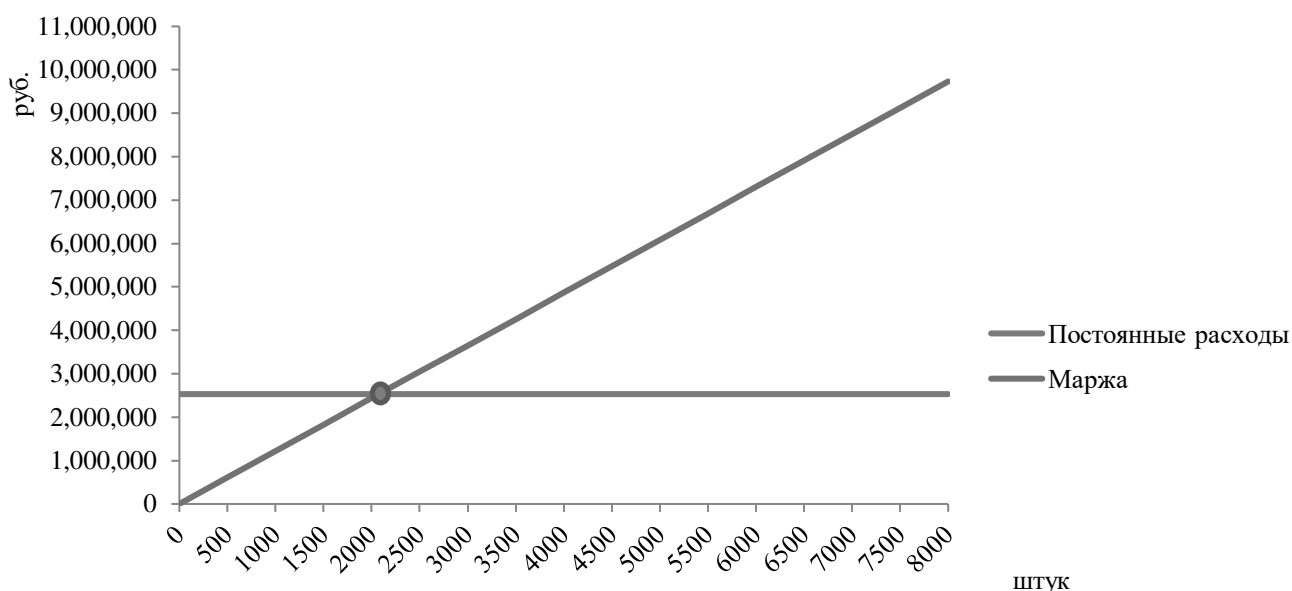


Рисунок 3.8 – Точка безубыточности, ед. товаров

Таким образом, точка безубыточности магазина моторных масел в денежном выражении составляет 5 002 666,97 руб., а в натуральном выражении – 2 080 наименований товаров.

В таблице 3.11 представлены прочие показатели эффективности предлагаемого проекта.

Таблица 3.11 – Показатели эффективности инвестиционного проекта

Показатель	Полученное значение
Срок окупаемости	0,15
Экономическая эффективность инвестиций	6,48
Индекс прибыльности	16,05
Внутренняя норма рентабельности	2,06
Дисконтированный срок окупаемости	0,18

Сделаем вывод, что с экономической точки зрения проект будет эффективным и целесообразным, поскольку все показатели находятся на высоком уровне.

В таблице 3.12 представим анализ чувствительности проекта при изменении суммы арендной платы, выручки и постоянных затрат.

Таблица 3.12 – Анализ чувствительности, руб.

Изменение показателя	NPV до изменений, руб.	NPV после изменений, руб.
Увеличение аренды за 1 кв.м на 5 %	21 136 077	21 091 237
Увеличение аренды за 1 кв.м на 10 %	21 136 077	21 046 394
Увеличение аренды за 1 кв.м на 15 %	21 136 077	21 001 554
Уменьшение аренды за 1 кв.м на 5 %	21 136 077	21 180 920
Уменьшение аренды за 1 кв.м на 10 %	21 136 077	21 225 760
Уменьшение аренды за 1 кв.м на 15 %	21 136 077	21 270 603
Увеличение выручки на 5 %	21 136 077	22 902 314
Увеличение выручки на 10 %	21 136 077	24 668 551
Увеличение выручки на 15 %	21 136 077	26 434 785
Уменьшение выручки на 5 %	21 136 077	19 451 010
Уменьшение выручки на 10 %	21 136 077	17 884 140
Уменьшение выручки на 15 %	21 136 077	16 334 154
Увеличение постоянных затрат на 5 %	21 136 077	20 478 629
Увеличение постоянных затрат на 10 %	21 136 077	19 821 184
Увеличение постоянных затрат на 15 %	21 136 077	19 163 736
Уменьшение постоянных затрат на 5 %	21 136 077	21 793 525
Уменьшение постоянных затрат на 10 %	21 136 077	22 450 972
Уменьшение постоянных затрат на 15 %	21 136 077	23 108 420

Таким образом, NPV в большей степени зависит от изменения выручки (рисунок 3.9).

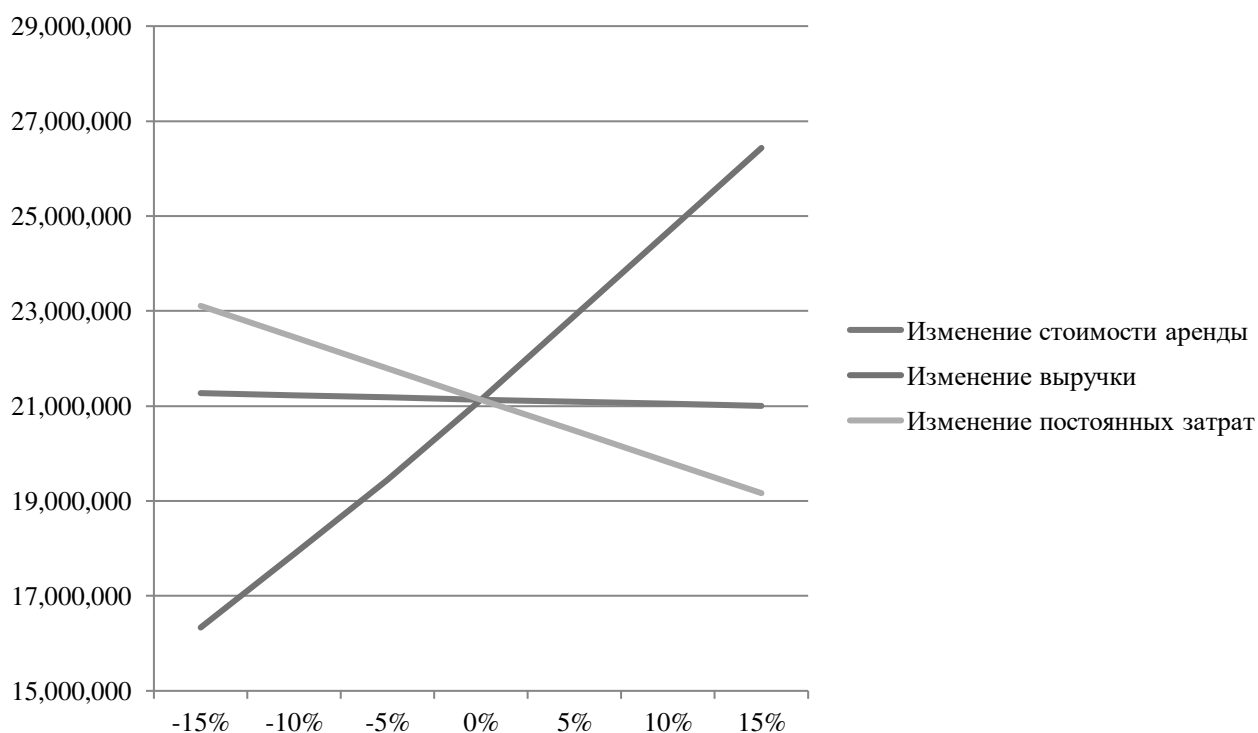


Рисунок 3.9 – Анализ чувствительности

Согласно значениям в таблице выше, можно заключить, что проект удовлетворяет всем предъявляемым требованиям и в целом – является экономически оправданным.

Как и любая предпринимательская деятельность, продажа моторных масел, особенно на первоначальном этапе, во всех формах и видах сопряжена с риском. Поэтому был проведен тщательный анализ всех возможных рисков, которые могут возникнуть при реализации бизнес-идеи.

Таблица 3.13 – Риски проекта

Риски	Вероятность наступления	Способ избегания	Возможные угрозы
Внешние			
Кризис, нестабильность экономики, рост инфляции	Средняя	Страхование, закупка необходимых запасов	Снижение прибыли, возможны убытки
Изменение предпочтений людей в области аксессуаров	Низкая	Наработка клиентской базы, массированная реклама	Снижение спроса
Рост конкуренции	Высокая	Разработка новых методик, повышение качества услуг	Снижение прибыли
Внутренние			
Некомпетентность работников	Средняя	Прохождение обучения, получение сертификатов, постоянное посещение семинаров, мастер-классов	Снижение качества услуги, количества клиентов
Неудачное размещение	Низкая	Проведения маркетингового и геомаркетингового исследования	Прибыль меньше ожидаемой, снижение доходности и окупаемости

Главные риски, присущие данному инвестиционному проекту и предупредительные мероприятия, которые необходимо сделать в ходе реализации бизнес-проекта:

- сложности в получении разрешительных документов – выбрать помещение с учетом действующих норм и правил; приобретать оборудование, отвечающее требованиям в сфере продажи автомасел;

- риск развития конкуренции – разрабатывать новые стратегии и вводить новые мероприятия по привлечению клиентов (за счет культуры обслуживания,

индивидуального качества выполняемой услуги, оперативности, новых направлений в индустрии интернет продаж);

– снижение уровня качества предлагаемых товаров по сравнению с конкурентами;

– уменьшение спроса в зависимости от сезонности – создавать скидки, специальные пакеты по выгодным ценам в зимнее время года.

– текучесть кадров – создавать условия для каждого работника, стабильность рабочего места, приятная рабочая атмосфера, мероприятия, тимбилдинги. Обеспечение клиентуры.

При появлении других рисков, руководству необходимо стараться устранить их как можно быстрее, для поддержания статуса и сохранения наших потенциальных клиентов.

Выводы по третьему разделу

В данном разделе был разработан бизнес-план открытия магазина автомасел. В ходе разработки бизнес-плана были сформирован план работ, подготовлен календарный план реализации проекта, сформированы отчеты о прибыли и убытках, а также определен персонал открываемого предприятия. В ходе расчетов основных интегральных показателей было определено, что проект является жизнеспособным и быстрокупаемым.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей выпускной квалификационной работе описаны понятия, определения и формулы бизнес-планирования и описывает его роль в жизни предприятия. Был проведен анализ российского и зарубежного опыта в данной отрасли.

Теоретическое исследование позволяет сделать вывод о том, что ключевое место в успехе любого коммерческого предприятия принадлежит инвестициям, в это понятие входят вложения вкладываемых ценностей, в коммерческую или другие виды отношений конечным результатом которых будет получение дохода или других результатов.

В результате развития рыночных отношений в РФ важное значение играет инвестиционная деятельность, без которой не представляется возможным процесс восстановления и расширения основных форм воспроизводства включающий в себя процесс производства конкурентоспособных товаров.

В кризисных условиях одной из главных задач для организации становится проблема эффективного планирования инвестиционной деятельности с целью повышения уровня финансовой устойчивости и платежеспособности. Любое вливание средств в предприятие должно быть результатом определенных инвестиционных решений, этому способствует неопределенности специфического свойства. Данные обстоятельства требуют постоянных исследований, чтобы получить оценку потенциальных рисков и эффективности вложения средств.

Для того чтобы инвестиции были эффективны, их следует планировать и давать прогнозную оценку их результативности. На данный момент инвестиционное планирование – это основополагающий стержень в управлении предприятием, который призван обеспечивать устойчивый экономический рост, повышение конкурентоспособности производимой продукции.

Результатом выпускной квалификационной работы является бизнес-план открытия магазина автомасел, расчеты затрат на его открытие, основные показатели, срок окупаемости проекта и его финансовая привлекательность.

Миссией планируемого к открытию магазина моторных масел является развитие и расширение эффективной деятельности, предложение продукции, востребованной на рынке с использованием эффективных технологий продаж.

Было выявлено, что открытие магазина автомасел – прибыльное дело, особенно при условии, приобретения товаров от поставщиков на реализацию.

Показатели эффективности проекта:

– чистый дисконтированный доход в первый год реализации проекта составит 7 383 160 руб., а к третьему году увеличится до 25 389 160 руб.;

– чистая приведенная стоимость проекта (NPV) равна 21 136 077 руб.;

– срок окупаемости 1 месяц 5 дней;

– экономическая эффективность инвестиций 6,48, что является сравнительно большим значением;

– индекс прибыльности 16,05, также существенный размер, показывающий, что проект экономически обоснован;

– внутренняя норма рентабельности 2,06;

– дисконтированный срок окупаемости 1 месяц 8 дней.

Проект будет способствовать удовлетворению имеющегося спроса в моторных маслах высокого качества по низким ценам, созданию дополнительных рабочих мест, стимулированию экономики города, пополнению доходной части бюджета за счет отчислений.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аббасов, В.М. Состав и свойства базовых масел для приготовления высококачественных моторных масел / В.М. Аббасов, Б.М. Алиев, Р.З. Гасанова, С.Э. Абдуллаев, А.М. Мамедов, Н.Д. Набиева // Мир нефтепродуктов. Вестник нефтяных компаний. – 2020. – № 1. – С. 42–46.
2. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 486 с.
3. Алиев, А.Т. Управление инвестиционным портфелем: учебное пособие / А.Т. Алиев, К.В. Сомик. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 159 с.
4. Амосова, В.В. Экономическая теория / В.В. Амосова, Г.М. Гукасян. – М.: Эксмо, 2016. – 736 с.
5. Анализ инвестиционной привлекательности организации / под ред. Д. Ендовицкого. – М.: КноРус, 2017. – 376 с.
6. Аникеев, С.А. Методика разработки плана маркетинга / С.А. Аникеев. – М.: Форум, Информ-Студио, 2018. – 128 с.
7. Аньшин, В.М. Разработка бизнес-плана: учеб. пособие / В.М. Аньшин. – М.: Дело, 2018. – 280 с.
8. Аскинадзи, В.М. Портфельные инвестиции / В.М. Аскинадзи, В.Ф. Максимова. – М.: МФПА, 2019. – 62 с.
9. Бабич, Т.Н. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Т.Н. Бабич, И.А. Козьева, Ю.В. Вертакова, Э.Н. Кузьбожев. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 336 с.
10. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Баринов. – М.: Форум, 2017. – 256 с.
11. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: учебное пособие / Л.Е. Басовский. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. – 260 с.
12. Басовский, Л.Е. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. – М.: Инфра-М, 2018. – 241 с.

13. Бизнес-план: учебник / под ред. С.В. Ковалева, П.П. Воробьева. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 315 с.
14. Бизнес-план: учебное пособие / под ред. Н.И. Лахметкиной, М.В. Макаровой, Г.П. Подшиваленко. – М.: КНОРУС, 2017. – 200 с.
15. Блохин, В.Г. Инвестиционный анализ / В.Г. Блохин. – Ростов н/д: Феникс, 2019. – 320 с.
16. Богатенко, С.А. Методический подход к выбору моторных масел для городских автобусов в эксплуатации / С.А. Богатенко, А.А. Лучинович // Новая наука: От идеи к результату. – 2017. – № 1-2. – С. 123–126.
17. Бочаров, В.В. Инвестиции / В.В. Бочаров – СПб.: Питер, 2018. – 176 с.
18. Брейли, Р. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс; пер. с англ. под ред. П.А. Васильевой. – М.: Олимп-Бизнес, 2017. – 1008 с.
19. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: учебное пособие / Т.С. Бронникова. – М.: Альфа-М, 2017. – 224 с.
20. Бузин, В.А. Предварительный отбор факторов, влияющих на расход моторного масла автомобилями / В.А. Бузин, Е.И. Макаров, А.Н. Макарова, Н.С. Захаров // В сборнике: Сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 45–53.
21. Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: учебное пособие / В.П. Буров. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. – 192 с.
22. Вест, А. Бизнес-план / А. Вест. – М.: Проспект, 2016. – 232 с.
23. Виноградова, М.В. Бизнес-планирование в индустрии гостеприимства: учебное пособие / М.В. Виноградова. – М.: Дашков и К, 2018. – 280 с.
24. Волков, А.С. Бизнес-планирование: учебное пособие / А.С. Волков. – М.: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2017. – 81 с.
25. Герасимов, Б.И. Организация планирования на предприятии: учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, В.Д. Жариков. – М.: Форум, 2017. – 240 с.

26. Гитман, Л.Дж. Основы инвестирования / Л.Дж. Гитман, М.Д. Джонк; пер. с англ. под ред. А.В. Ивановой, А.Ф. Ильсенбаевой. – М.: Омега-Л, 2017. – 1 008 с.
27. Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана / В.А. Горемыкин. – М.: Ось-89, 2018. – 592 с.
28. Горемыкин, В.А. Методика составления разделов бизнес-плана / В.А. Горемыкин. – М.: Проспект, 2018. – 118 с.
29. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: учебник / И.А. Дубровин. – М.: ИТК Дашков и К, 2016. – 432 с.
30. Елизаров, Ю.Ф. Экономика организаций: учебник для вузов / Ю.Ф. Елизаров. – М.: Экзамен, 2013. – 496 с.
31. Ермолович, Л.Л. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / Л.Л. Ермолович. – Минск: Интерпрессервис; Экоперспектива, 2019. – 516с.
32. Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Беспалов. – М.: КноРус, 2020. – 200 с.
33. Жиделева, В.В. Экономика предприятия: учебное пособие / В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 133 с.
34. Жулина, Е.Г. Инвестиции. Курс лекций / Е.Г. Жулина. – М.: Экзамен, 2019. – 192 с.
35. Зубченко, Л.А. Иностраные инвестиции / Л.А. Зубченко. – М.: Книгодел, 2018. – 160 с.
36. Иванов, А.С. Планирование и организация производства. От индустриальной экономики к экономике знаний: учебное пособие / А.С. Иванов, Е.А. Степочкина, М.А. Терехина. – М.: Директ-Медиа, 2016. – 203 с.
37. Игониная, Л.Л. Инвестиции / Л.Л. Игониная. – М.: Экономистъ, 2017. – 478 с.

38. Казакова, Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса и управлении инвестиционной привлекательностью компании / Н.А. Казакова. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 240 с.
39. Керученко, Л.С. Анализ загрязненности отработанных моторных масел / Л.С. Керученко, Е.И. Мальцева // В сборнике: Научное и техническое обеспечение АПК, состояние и перспективы развития. – 2016. – С. 25–27.
40. Киселева, Н.В. Инвестиционная деятельность / Н.В. Киселева, Т.В. Боровикова, Г.В. Захарова. – М.: Кно-Рус, 2017. – 432 с.
41. Клишин, П.В. Повышение экологических показателей ДВС за счёт применения моторных масел с улучшенными характеристиками / П.В. Клишин П.В., А.П. Латышев, В.Н. Коноплёв, И.К. Юнисов // Автомобильная промышленность. – 2017. – № 12. – С. 6–9.
42. Колмыкова, Т.С. Инвестиционный анализ / Т.С. Колмыкова. – М.: Инфра-М, 2019. – 204 с.
43. Краснова, В.А. Инвестиции и инвестиционная деятельность: теоретический аспект / В.А. Краснова // Молодой ученый. – 2018. – № 9. – С. 636-642.
44. Кузнецов, Б.Т. Инвестиции / Б.Т. Кузнецов. – М.: Проспект, 2018. – 624 с.
45. Лапыгин, Ю.Н. Инвестиционная политика: учебное пособие / Ю.Н. Лапыгин, А.А. Балакирев, Е.В. Бобкова. – М.: КНОРУС, 2018. – 320 с.
46. Лопарева, А.М. Бизнес-планирование: учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. – М.: Форум, 2016. – 176 с.
47. Лопарева, А.М. Экономика организации: учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. – М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 400 с.
48. Лосев, В. Как составить бизнес-план. Как составить бизнес-план: Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей: пер. с англ. / В. Лосев. – М.: Вильямс, 2017. – 208 с.
49. Мазур, И.И. Управление проектами: учебное пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогги. – М.: Омега-Л, 2018. – 664 с.

50. Малыхин, В.Д. Комплексная оценка моющих свойств моторных масел / В.Д. Малыхин, И.К. Юнисов, П.В. Клишин, А.П. Латышев // Нефтепереработка и нефтехимия. Научно-технические достижения и передовой опыт. – 2017. – № 5. – С. 33–37.
51. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин. – М.: Форум, 2019. – 288 с.
52. Орлова, П.И. Бизнес-планирование: учебник / П.И. Орлова. – М.: Дашков и К, 2016. – 284 с.
53. Остриков, В.В. Теоретические предпосылки использования отработанных моторных масел при обкатке отремонтированных двигателей тракторов / В.В. Остриков, Д.И. Афанасьев, В.А. Снежко, А.В. Снежко // Наука в центральной России. – 2017. – № 4 (28). – С. 19–29.
54. Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: практическое пособие / С.В. Петухова. – М.: Омега-Л, 2020. – 171 с.
55. Подшиваленко, Г.П. Инвестиции / Г.П. Подшиваленко. – М.: Кнорус, 2019. – 200 с.
56. Попов, В.М. Бизнес-планирование: учебник / В.М. Попов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 670 с.
57. Сапьян, Ю.Н. Практические аспекты выбора отечественных аналогов зарубежных моторных масел / Ю.Н. Сапьян, В.А. Колос, М.А. Воробьев, М.И. Горшков // Техника и оборудование для села. – 2012. – № 2. – С. 43–46.
58. Сапьян, Ю.Н. К выбору отечественных аналогов зарубежных моторных масел / Ю.Н. Сапьян, В.А. Колос, М.А. Воробьев // В сборнике: Научно-технический прогресс в сельско-хозяйственном производстве Материалы Международной научно-технической конференции. В 3-х томах. Редколлегия: П.П. Казакевич (гл. ред.), О.О. Дударев. – 2012. – С. 258–264.
59. Свечников, В.Н. Повышение ресурса двигателей внутреннего сгорания с добавлением специализированных присадок в моторное масло / В.Н. Свечников // Наука и Мир. – 2015. – Т. 1. – № 11 (27). – С. 87–89.

60. Семенова, С.А. Выбор оптимальных режимов озонирования отработанных моторных масел для улучшения их флотационных свойств / С.А. Семенова, Ю.Ф. Патраков, М.С. Клейн // Вестник Кузбасского государственного технического университета. – 2017. – № 6 (124). – С. 219–225.

61. Сугатов, Н.Н. Выбор оптимального метода оценки качества работающего моторного масла по диэлектрическим показателям / Н.Н. Сугатов, А.А. Хазиев // Модернизация и научные исследования в транспортном комплексе. – 2013. – Т. 1. – С. 343–353.

62. Ушаков, И.И. Бизнес-план / И.И. Ушаков. – СПб.: Питер, 2017. – 224 с.

63. Все о моторных маслах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rolfoil.ru/tehnicheskie-harakteristiki-motornyh-masel.html>. – (Дата обращения: 28.05.2021).

64. Как выбрать моторное масло для автомобиля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vybiraem-luchshee.ru/auto-gadjety/114-kak-vybrat-maslo-dlya-dvigatelya-avtomobilya.html>. – (Дата обращения 29.04.2021).

65. Какое моторное масло выбирают в России. Авито Авто и Aftermarket-DATA представили обзор российского рынка смазочных материалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://car.ru/news/automobili/97312-kakoe-motornoe-maslo-vyibirayut-v-rossi-avito-avto-i-aftermarket-data-predstavili-obzor-rossiyskogo-ryinka-smazochnyih-materialov/> – (Дата обращения: 17.05.2021).

66. Классификация и обозначение моторных масел [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://avtonam.ru/fluids/klassifikaciya-i-oboznachenie-motornyh-masel/>. – (Дата обращения 29.04.2021).

67. Масло 5W50: для каких двигателей подходит, расшифровка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://proavtomaslo.ru/vyazkost/maslo-5w50>. – (Дата обращения 10.05.2021).

68. Моторные масла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%82%D0%BE%D1%80%D0>

- %BD%D1%8B%D0%B5_%D0%BC%D0%B0%D1%81%D0%BB%D0%B0. –
(Дата обращения: 17.05.2021).
69. Моторные масла и их назначение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://msk-japan.ru/articles/motor_masla. – (Дата обращения: 28.05.2021).
70. Назначение моторного масла [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uniks42.ru/mehanik/naznachenie_motornogo_masla.html. – (Дата обращения: 28.05.2021).
71. Обзор российского рынка смазочных материалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investinrussia.com/data/files/EY-russian-lubricants-market-rus.pdf>. – (Дата обращения: 20.05.2021).
72. Общие требования к моторным маслам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.everestgroup.ru/spravochnye-materialy/48-obshchie-trebovaniya-k-motornym-maslam>. – (Дата обращения 10.05.2021).
73. Объем российского рынка моторных масел для легковых автомобилей и LCV – 300 млн. литров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/news/43499/>. – (Дата обращения: 19.05.2021).
74. Российский рынок автомасел [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bglogist.com/tag/russian-automotive-market-research/>. – (Дата обращения: 18.05.2021).
75. Российский рынок автомобилей и моторных масел. Итоги 2018-2019 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://starlube.ru/news/novosti-rynka/rossiyskiy-rynok-avtomobiley-i-motornykh-masel-itogi-2018-2019-gg/>. – (Дата обращения: 19.05.2021).
76. Рынок автомобильных масел в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.napinfo.ru/articles/rynok-avtomobilnykh-masel-v-rossii>. – (Дата обращения: 17.05.2021).
77. Рынок моторных масел: куда движутся цены? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/news/30238/>. – (Дата обращения: 20.05.2021).

78. Цены моторных масел, сравнение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://resource-auto.ru/motornye-masla-tseny>. – (Дата обращения: 17.05.2021).

79. Что ждет рынок моторного масла в 2019 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://5koleso.ru/avtopark/proizvodstvo-i-rynok-smazochnyh-materialov-2019-maslom-vverh/>. – (Дата обращения: 19.05.2021).

80. Automotive Engine Oil Market Size, Share & Trends Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/automotive-engine-oil-market>. – (Дата обращения: 18.05.2021).

81. Automotive Lubricants Market Overview [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.industryarc.com/Report/18504/automotive-lubricants-market-research-report-analysis.html>. – (Дата обращения: 18.05.2021).

82. Automotive Lubricants Market Worth \$53.43 Billion by 2025- Exclusive Report by Meticulous Research [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globenewswire.com/en/news-release/2019/09/23/1919228/0/en/Automotive-Lubricants-Market-Worth-53-43-Billion-by-2025-Exclusive-Report-by-Meticulous-Research.html/>. – (Дата обращения: 18.05.2021).

83. Engine oil market – growth, trends, covid-19 impact, and forecasts (2021-2026) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/engine-oil-market>. – (Дата обращения: 18.05.2021).

84. Engine Oil Market by Type [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alliedmarketresearch.com/engine-oil-market>. – (Дата обращения: 18.05.2021).

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А. Бланк анкеты для исследования возможных клиентов

1. Ваш возраст? ____
2. Пол: М Ж (верное подчеркнуть)
3. Есть ли у вас автомобиль? ДА НЕТ (верное подчеркнуть)
4. Уровень Вашего дохода?
 - до 20 000 рублей;
 - 20 000 – 35 000 рублей;
 - 35 000 – 50 000 рублей;
 - более 50 000 рублей.
5. Какой двигатель у Вашего автомобиля?
 - бензиновый
 - дизельный
6. Как часто Вы меняете моторное масло?
 - 1 раз в год
 - 2 раза в год
 - реже 1 раза в год
7. Важна ли для Вас оригинальность продукции (наличие сертификата)?
 - ДА
 - НЕТ
8. Приобретаете ли Вы масляный фильтр вместе с моторным маслом?
 - ДА
 - НЕТ
9. Приобретаете ли Вы промывочное масло вместе с моторным маслом?
 - ДА
 - НЕТ
10. Вам удобнее приобретать товары (воспользоваться доставкой / приехать самостоятельно в магазин)?
 - доставка
 - магазин

Приложение Б. График платежей

Результаты расчета

Всего выплат

823 924 ₽

Полная стоимость

10,898%

Переплата

123 924 ₽

Распечатать

Дата	Платеж	Проценты	Тело кредита	Остаток
12.06.2021	0,00	0,00	0,00	700 000,00
12.07.2021	22 883,97	6271,23	16 612,74	683 387,26
12.08.2021	22 883,97	6326,48	16 557,49	666 829,77
12.09.2021	22 883,97	6173,20	16 710,77	650 119,00
12.10.2021	22 883,97	5824,35	17 059,62	633 059,38
12.11.2021	22 883,97	5860,57	17 023,40	616 035,98
12.12.2021	22 883,97	5519,01	17 364,96	598 671,02
12.01.2022	22 883,97	5542,22	17 341,75	581 329,27
12.02.2022	22 883,97	5381,68	17 502,29	563 826,98
12.03.2022	22 883,97	4714,52	18 169,45	545 657,53
12.04.2022	22 883,97	5051,44	17 832,53	527 825,00
12.05.2022	22 883,97	4728,73	18 155,24	509 669,76
12.06.2022	22 883,97	4718,29	18 165,68	491 504,08
12.07.2022	22 883,97	4403,34	18 480,63	473 023,45
12.08.2022	22 883,97	4379,03	18 504,94	454 518,51
12.09.2022	22 883,97	4207,72	18 676,25	435 842,26
12.10.2022	22 883,97	3904,67	18 979,30	416 862,96
12.11.2022	22 883,97	3859,12	19 024,85	397 838,11
12.12.2022	22 883,97	3564,19	19 319,78	378 518,33
12.01.2023	22 883,97	3504,15	19 379,82	359 138,51
12.02.2023	22 883,97	3324,74	19 559,23	339 579,28
12.03.2023	22 883,97	2839,44	20 044,53	319 534,75
12.04.2023	22 883,97	2958,10	19 925,87	299 608,88
12.05.2023	22 883,97	2684,17	20 199,80	279 409,08
12.06.2023	22 883,97	2586,64	20 297,33	259 111,75

Окончание приложения Б

12.07.2023	22 883,97	2321,36	20 562,61	238 549,14
12.08.2023	22 883,97	2208,38	20 675,59	217 873,55
12.09.2023	22 883,97	2016,97	20 867,00	197 006,55
12.10.2023	22 883,97	1764,96	21 119,01	175 887,54
12.11.2023	22 883,97	1628,28	21 255,69	154 631,85
12.12.2023	22 883,97	1385,33	21 498,64	133 133,21
12.01.2024	22 883,97	1231,18	21 652,79	111 480,42
12.02.2024	22 883,97	1029,21	21 854,76	89 625,66
12.03.2024	22 883,97	774,06	22 109,91	67 515,75
12.04.2024	22 883,97	623,32	22 260,65	45 255,10
12.05.2024	22 883,97	404,33	22 479,64	22 775,46
12.06.2024	22 985,73	210,27	22 775,46	0,00
	823 924,68	123 924,68	700 000,00	