

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, проф., д.э.н.
_____ И.А. Баев
«__» _____ 2018 г.

Разработка бизнес-плана открытия клининговой компании

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.01.2018.150.ВКР

Руководитель работы
к.э.н., доцент кафедры
_____ И.Р. Уразбахтин
«__» _____ 2018 г.

Автор работы
Студент группы ВШЭУ-475
_____ Л.А. Голубь
«__» _____ 2018 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____ И.А. Мостовщикова
«__» _____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Голубь Л.А. Разработка бизнес-плана открытия клининговой компании. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-475, 77 с., 6 ил., 22 табл., библиограф. список – 15 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки бизнес-плана по открытию клининговой компании. В ходе его написания были сформированы необходимые аналитические таблицы, использованы графики, иллюстрирующие содержание работы. Приведены пояснения по расчету всех показателей.

Объектом исследования является предприятие, планируемое к запуску.

Предметом исследования является – инвестиционная деятельность предприятия.

В работе рассмотрены теоретические основы бизнес-планирования, его виды, суть и содержание основных разделов бизнес-плана, произведено сравнение отечественных и зарубежных методик разработки бизнес-плана. Был произведен и разработан бизнес-план открытия клининговой компании с расчетом экономического эффекта.

Оглавление	
ВВЕДЕНИЕ.....	11
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ.....	12
1.1 Понятие, значение, содержание бизнес-плана.....	12
1.2 Цели и функции бизнес-плана.....	15
1.3 Сущность бизнес-планирования.....	18
1.4 Показатели экономической эффективности.....	20
1.5 Сравнение зарубежного и отечественного опыта в бизнес- планировании.....	26
Выводы по главе 1.....	31
2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ОТКРЫТИЯ КЛИНИНГОВОЙ КОМПАНИИ.....	32
2.1 Резюме.....	32
2.2 План маркетинга.....	34
2.3 Организационно-Производственный План.....	48
2.4 Инвестиционный План.....	53
2.5 Финансовый План.....	63
2.6 Оценка экономической эффективности проекта.....	68
2.7 Оценка рисков проекта.....	72
Выводы по главе 2.....	74
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	76

ВВЕДЕНИЕ

Целью работы является разработка бизнес-плана открытия клининговой компании.

Для достижения цели исследования необходимо решить следующие задачи.

- 1) Разработать бизнес-идею проекта.
- 2) Провести исследование рынка антикафе и составить прогноз выручки.
- 3) Разработать организационно-производственный план.
- 4) Рассчитать потребность в инвестициях и финансировании проекта.
- 5) Произвести оценку экономической эффективности и финансовой реализуемости проекта.
- 6) Провести оценку рисков.
- 7) Сделать вывод о целесообразности осуществления инвестиционного проекта.

Объектом исследования являются предприятие, планируемое к открытию.

Предметом исследования – инвестиционная деятельность предприятия.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ

1.1 Понятие, значение, содержание бизнес-плана

Потребность предпринимателей в бизнес-планах возникла более 30 лет назад. Первоначально бизнес-планы разрабатывались в основном для получения инвестиций из внешних источников. Позднее они стали основой развития бизнеса, определения целей, задач и направлений его функционирования. Успешный опыт разработки и реализации бизнес-планов стал постепенно использоваться предпринимателями европейских стран. Переход России от централизованной плановой экономики к рыночной предопределил потребность предпринимателей в составлении бизнес-планов для достижения весьма широкого круга целей.

Учитывая то, что современные хозяйствующие субъекты находятся в динамичной среде, которая характеризуется высокой степенью неопределенности, вызванной отсутствием полноты и точности информации о множестве факторов внешней и внутренней среды. Вследствие этого руководители каждого предприятия и предприниматели заинтересованы в снижении негативных последствий влияния этих факторов. Поэтому особое место в системе внутрифирменного планирования занимает бизнес-планирование, которое реализуется в рамках общей стратегии в развитии фирмы (предпринимательства), направленное на разработку проектов по выпуску новых видов продукции и привлечению необходимых финансовых средств, а также для реализации бизнес-идеи.

Бизнес-план выступает как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности фирмы и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В нем характеризуются основные аспекты коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно

столкнется, и определяются способы их решения. Следовательно, бизнес-план – одновременно поисковая, научно-исследовательская и проектная работа.

Планирование – это определение содержания и последовательности конкретных действий для достижения поставленных целей.

В планировании важен не только результат (план). Сам процесс планирования не менее важен, поскольку он помогает ответить на следующие важные вопросы: где организация находится в настоящее время (экономическая позиция предприятия), каковы итоги и условия ее деятельности и как и при помощи каких ресурсов могут быть достигнуты цели организации. Планирование — это не только умение предусмотреть все необходимые действия, но и способность предвидеть любые неожиданности в виде рисков, которые могут возникать в процессе выполнения плана. А поскольку предприятие не может полностью устранить все возможные риски, то так же важно уметь спланировать мероприятия по реагированию на них.

Бизнес-план – это план построения бизнеса на основе бизнес-идеи. Бизнес-план является постоянно действующим стратегическим документом, который определяет цели организуемого производства. В бизнес-плане решаются как внутренние задачи, связанные с управлением деятельности предприятия, так и внешние, обусловленные установлением взаимодействия с другими фирмами, заказчиками и т. д.

Бизнес-план — это основной документ, определяющий и регулирующий предпринимательскую деятельность организации (предприятия). Он разрабатывается и постоянно корректируется в процессе бизнес-планирования.

Кредитор, предоставляющий заемные средства на определенный срок, хочет убедиться в том, что кредитуемая им фирма достаточно надежна, и он

сможет вовремя получить долг и причитающиеся по нему проценты. Его мало интересует, каковы размеры прибыли фирмы в целом, поскольку он заинтересован лишь в том, чтобы получаемая фирмой прибыль позволяла ей выплатить основной долг и проценты по нему. Кроме того, его интересы охраняет кредитный договор, который гарантирует кредитору первоочередное возмещение ссуды даже в случае банкротства фирмы-должника. Риски инвестора намного выше. Во многих случаях он даже рискует потерять весь свой вложенный капитал. Поэтому для того, чтобы решиться на такой риск, инвестор должен иметь перспективу получения высокой нормы прибыли. Следовательно, при оценке бизнес-плана кредитор будет анализировать деятельность предприятия, прежде всего, с точки зрения его надежности и устойчивости, а инвестор – с точки зрения его доходности.

1.2 Цели и функции бизнес-плана

В самом общем виде выделяют две основные цели разработки бизнес-плана. Внешняя цель: бизнес-план — инструмент для коммуникации и привлечения инвестора (кредитора) с целью получения денежных средств из внешних источников. Внутренняя цель: бизнес-план помогает создать реальную плановую основу для управления функционированием и развитием бизнеса компании путем разработки и непрерывного обновления бизнес-плана. Таким образом, бизнес-планирование может повысить эффективность управления, а сам бизнес-план в данном случае является инструментом для мониторинга и оценки достигнутых результатов

Другие цели разработки плана бизнеса могут быть различными, например:

- уяснить степень реальности достижения намеченных результатов;
- доказать определенному кругу лиц целесообразность реорганизации работы уже существующей фирмы или создания новой;
- убедить сотрудников компании в возможности достижения качественных или количественных показателей, намеченных в проекте и др.

Бизнес-план, также, призван помочь предпринимателю решить следующие основные задачи, связанные с функционированием фирмы:

- определить конкретные направления деятельности, перспективные рынки сбыта и место фирмы на этих рынках;
- оценить затраты, необходимые для изготовления и сбыта продукции, соизмерить их с ценами, по которым будут продаваться товары, чтобы определить потенциальную прибыльность проекта;
- выявить соответствие кадров фирмы и условий для мотивации их труда требованиям по достижению поставленных целей;
- проанализировать материальное и финансовое положение фирмы и определить, соответствуют ли материальные и финансовые ресурсы достижению намеченных целей;

- просчитать риски и предусмотреть трудности, которые могут помешать выполнению бизнес-плана.

При разработке бизнес-плана необходимо учитывать контекст, то есть условия и ситуацию. От знания того, для кого и для каких целей он разрабатывается, зависит, какой именно бизнес-план необходим в каждом конкретном случае. Направленность бизнес-плана зависит от его целей. Бизнес-планы могут быть самыми разными, поскольку различны аудитории, которым они адресованы. Одногo универсального бизнес-плана, приемлемого для всех типов предприятий и для любой ситуации, быть не может.

В обобщенном виде цели и задачи бизнес-планирования могут быть представлены в виде двух основных функций бизнес-плана: внешней и внутренней. Внешняя функция нацелена на установление деловых контактов с инвесторами, заказчиками, потребителями продукции (работ, услуг), торгово-посредническими организациями, поставщиками сырья, материалов, оборудования; рекламными агентствами, консалтинговыми организациями, разработчиками программных продуктов и т. д. Внутренняя функция направлена на активизацию деятельности персонала, рациональное использование ресурсов, повышение качества продукции (работ, услуг), обновление ее ассортимента, улучшение условий труда и производства

Бизнес-план предназначен для решения как минимум четырех основных задач:

- 1) проведение маркетинговых исследований по выявлению потенциальных потребителей продукции, намечаемой к изготовлению

2) оценка ожидаемой прибыльности (рентабельности) организуемого бизнеса на основе сопоставления предполагаемых затрат на производство и продажу планируемой продукции с ценами на нее

3) выявление возможных проблем и вызовов внешней среды, в которой функционирует организация, особенно в начальный период ее становления, разработка комплекса мер по минимизации рисков и их предотвращению

4) обоснование критериев и показателей, характеризующих положительную или отрицательную динамику становления и развития бизнеса

1.3 Сущность бизнес-планирования

Бизнес-планирование (деловое планирование) – самостоятельный вид плановой деятельности, которая непосредственно связана с предпринимательством.

В условиях рынка нереально добиться стабильного успеха в бизнесе, если не планировать эффективно его развития, не аккумулировать постоянно информацию о собственных состоянии и перспективах, о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов и т. д.

Необходимо не только точно представлять свои потребности на перспективу в материальных, трудовых, интеллектуальных, финансовых ресурсах, но и предусматривать источники их получения, уметь выявлять эффективность использования ресурсов в процессе работы предприятия.

Прежде, при наличии государственного управления, планирование было сугубо централизованным, на долю предприятий оставалось исключительно выполнение заданий и планов, поступающих сверху.

Сегодня большинство коммерческих фирм не имеет официально принятых планов, нет и необходимого механизма планирования: различного рода норм, нормативов и т. д. Планирование подменяется разного рода решениями собственника о тех или иных направлениях хозяйственной деятельности, которые традиционно рассчитаны на ближайший период времени и не предусматривают ориентацию на перспективу. Это объясняется быстрым изменением рыночной ситуации в стране и условий хозяйствования, малочисленностью управленческого аппарата на небольших предприятиях, авторитетом управляющих крупными предприятиями, имеющих солидный опыт хозяйственного руководства, хотя практика часто ставит и таких руководителей в тупик.

Таким образом, принятие разного рода текущих решений, даже самых своевременных, не заменяет планирования, которое по сравнению с принятием решений представляет собой управленческую деятельность гораздо более высокого порядка.

Исходя из всего выше сказанного, мы приходим к выводу, что **бизнес-планирование** – это объективная оценка собственной предпринимательской деятельности предприятия, фирмы и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуацией хозяйствования.

В общем случае бизнес-планирование предусматривает решение стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием.

1.4 Показатели экономической эффективности

Согласно Методическим рекомендациям эффективность инвестиций характеризуется системой показателей, отражающих соотношение связанных с инвестициями затрат и результатов и позволяющих судить об экономических преимуществах одних инвестиций перед другими.

Показатели эффективности инвестиций можно классифицировать по следующим признакам.

1. По виду обобщающего показателя, выступающего в качестве критерия экономической эффективности инвестиций:

– абсолютные показатели, в которых обобщающие показатели определяются как разность между стоимостными оценками результатов и затрат, связанных с реализацией проекта;

– относительные показатели, в которых обобщающие показатели определяются как отношение стоимостных оценок результатов проекта к совокупным затратам на их получение;

– временные показатели, которыми оцениваться период окупаемости инвестиционных затрат.

2. По методу сопоставления разновременных денежных затрат и результатов:

– статистические показатели, в которых денежные потоки, возникающие в разные моменты времени, оцениваются как равноценные;

– динамические показатели, в которых разновременные денежные потоки, вызванные реализацией проекта приводятся к эквивалентной

основе посредством дисконтирования, что обеспечивает его сопоставимость.

К первой группе относятся методы: срок окупаемости инвестиций (Payback Period – PP); бухгалтерская рентабельность инвестиций (Return on Investment – ROI). Эти методы оперируют отдельными «точечными» (статистическими) значениями исходных показателей, основанными на учетных оценках. При их использовании не учитывается продолжительность срока жизни проекта, а также неравнозначность денежных потоков, возникающих в различные периоды времени. Тем не менее в силу своей простоты и иллюстративности эти методы достаточно широко распространены, хотя и применяются в основном для быстрой оценки проектов на предварительной стадии разработки или для оценки краткосрочных проектов с равномерным поступлением доходов.

Ко второй группе относятся методы: чистый приведенная стоимость (Net Present Value – NPV), индекс рентабельности инвестиций (Profitability Index – PI), внутренняя норма прибыли (Internal Rate of Return – IRR), дисконтированный срок окупаемости инвестиций (Discounted Payback Period – DPP). Методы, входящие во вторую группу, основаны на использовании концепции дисконтирования, учитывают временную стоимость денег и результаты функционирования проекта в течение всего расчетного периода.

Показатель	Условие абсолютной приемлемости проекта	Условие сравнительной приемлемости проекта	Измеритель
Срок окупаемости (PP)	$PP < PP_{\text{норм}}$	$PP_{\text{проекта1}} < PP_{\text{проекта2}}$	Время
Бухгалтерская рентабельность инвестиций (ROI)	$ROI > ROI_{\text{норм}}$	$ROI_{\text{проекта1}} > ROI_{\text{проекта2}}$	%
Чистая приведенная стоимость (NPV)	$NPV > 0$	$NPV_{\text{проекта1}} > NPV_{\text{проекта2}}$	Ден. ед.
Индекс рентабельности инвестиций (PI)	$PI > 1$	$PI_{\text{проекта1}} > PI_{\text{проекта2}}$	Ден. ед.
Внутренняя норма прибыли	$IRR > RRR^*$	$(IRR - RRR)_{\text{проект1}} > (IRR - RRR)_{\text{проект2}}$	%

В качестве основных показателей, используемых для расчетов эффективности ИП, в Методических рекомендациях указываются: – чистый доход; – чистый дисконтированный доход; – внутренняя норма доходности; – потребность в дополнительном финансировании (ПФ); – индексы доходности затрат и инвестиций; – срок окупаемости. Показатели эффективности

рассчитываются на основании денежного потока, конкретные составляющие которого зависят от оцениваемого вида эффективности.

1. Чистым доходом (другие названия – ЧД, Net Value, NV) называется накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период:

2. Чистый дисконтированный доход (другие названия ЧДД, интегральный эффект, Net Present Value, NPV) – накопленный дисконтированный эффект за расчетный период. ЧДД рассчитывается по формуле:

$$\text{ЧДД} = \sum_m \varphi_m * \alpha_m$$

ЧД и ЧДД характеризуют превышение суммарных денежных поступлений над суммарными затратами для данного проекта соответственно без учета и с учетом неравноценности эффектов (а также затрат, результатов), относящихся к различным моментам времени. Разность ЧД–ЧДД нередко называют дисконтом проекта. Для признания проекта эффективным с точки зрения инвестора необходимо, чтобы ЧДД проекта был положительным

3. Внутренняя норма доходности (Internal Rate of Return, IRR) – такое положительное число E_v , что при норме дисконта $E = E_v$ чистый дисконтированный доход проекта обращается в 0, при всех больших значениях E – отрицателен, при всех меньших значениях E – положителен. Если не выполнено хотя бы одно из этих условий, считается, что ВНД не существует. На практике показатель ВНД рассчитывается либо при помощи финансовых функций программы Microsoft Excel, либо графическим способом, либо математическим способом с использованием упрощенной формулы. Математический способ расчета сводится к использованию метода последовательных

итераций. В соответствии с этим методом выбираются два значения нормы дисконта $E_1 < E_2$ таким образом, чтобы в интервале $[E_1, E_2]$ функция ЧДД = $f(E)$ меняла свое значение с «+» на «-» или наоборот.

Далее применяют формулу:

$$\text{ВНД} = E_1 + \frac{\text{ЧДД}(E_1)}{\text{ЧДД}(E_1) - \text{ЧДД}(E_2)} * (E_2 - E_1)$$

где E_1 – норма дисконта, при котором $\text{ЧДД}(E_1) > 0$; E_2 – норма дисконта, при котором $\text{ЧДД}(E_2) < 0$. Точность вычислений обратно пропорциональна длине интервала $[E_1, E_2]$, а наилучшая аппроксимация достигается в случае, когда длина интервала минимальна (равна 1 %), т.е. E_1 и E_2 – ближайшие друг к другу коэффициенты дисконтирования, удовлетворяющие условиям точки перегиба функции ЧДД. Для оценки эффективности ИП значение ВНД необходимо сопоставлять с нормой дисконта E . Инвестиционные проекты, у которых $\text{ВНД} > E$, имеют положительный ЧДД и поэтому эффективны. Проекты, у которых $\text{ВНД} < E$, имеют отрицательный ЧДД и потому неэффективны

4. Сроком окупаемости («простым» сроком окупаемости, payback period) называется продолжительность периода от начального момента до момента окупаемости. Моментом окупаемости называется тот наиболее ранний момент времени в расчетном периоде, после которого текущий чистый доход ЧД становится и в дальнейшем остается неотрицательным. При оценке эффективности срок окупаемости, как правило, выступает только в качестве ограничения.

Формула, к которой прибегают для расчёта простым способом вычисления коэффициента срока окупаемости выглядит так:

$$PP = K_0 / CF_{сг}$$

PP- Срок окупаемости в годах

K_0 -Первоначальные инвестиции

$CF_{сг}$ -Ежегодные средние поступления

5. Сроком окупаемости с учетом дисконтирования называется продолжительность периода «от начального момента до момента окупаемости с учетом дисконтирования».

Формула приобретает следующий вид:

$$DPP = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \geq I_0$$

r – Ставка дисконтирования

I_0 - Инвестиции в проект

CF - Денежные поступления в период t

n - срок окупаемости

1.5 Сравнение зарубежного и отечественного опыта в бизнес-планировании.

В современной российской практике управления весь потенциал такого серьезного управленческого механизма, как бизнес-планирование, чаще всего недооценивается. Такое положение вещей может быть объяснено тем, что технологии, эффективно применяемые в практике управления за рубежом, в настоящий момент недостаточно адаптированы к отечественным методикам. Когда речь идет о бизнес-планировании, на первый план выходят проблемы усовершенствования и оптимизации технологии, методики и общей организации бизнес-планирования проектов. Актуализируется задача разработки мероприятий по анализу и уменьшению параметров риска планирования на всех стадиях жизненного цикла проекта. Очевидно, что в условиях современного состояния отечественной экономической системы долгосрочное планирование серьезно затруднено в связи с неустойчивостью и нестабильностью экономики. На деятельность предприятия оказывают воздействие такие внешние факторы, как спад производства, процессы инфляции, нестабильность налоговой системы, недостаточная системность и противоречивость законодательства в экономической сфере. Воздействие подобных факторов существенно затрудняет процесс планирования для предприятий, но, тем не менее, не снижает ее значимости. В настоящее время подавляющее большинство предприятий и организаций не имеет разработанных планов и действующих инструментов планирования. К сожалению, на предприятиях крайне редко встречаются соответствующие нормативы, правила и подобные инструменты планирования. Качественно разработанный бизнес-план имеет важнейшее значение в деятельности компании, так как он способствует выработке стратегии организации, а также может служить гарантией эффективного функционирования предприятия.

Сложности при внедрении в практику полноценного бизнес-планирования формируются, прежде всего, в результате отсутствия адекватной, соответствующей действительности информации о конкурентной среде на отраслевых рынках, о конкурентоспособности выпускаемых товаров и оказываемых услуг. Самым, на мой взгляд, частым недочетом в современной отечественной практике конструирования бизнес-планов выступает стремление использовать зарубежные методики составления подобных документов. Без адаптации к современным российским реалиям такая работа представляется малоэффективной. Отечественный опыт бизнес-планирования в значительной степени базируется на опыте зарубежных предприятий. Но очевидно, что требуется адаптация иностранного опыта к российской действительности, поскольку современная отечественная экономика обладает целым комплексом принципиальных отличий от экономик развитых стран Запада. В России существуют характерные особенности учета и ведения и процедуры финансирования. При осуществлении бизнес-планирования в нашей стране необходимо, прежде всего, учитывать особенности реальной отечественной предпринимательской деятельности, которая несет в себе характерные национальные черты. Данный механизм бизнес-планирования на российской почве обязательно должен гарантировать компаниям и предприятиям возможность использования максимально эффективных моделей достижения ожидаемых целей предпринимательской деятельности.

В России осуществление бизнес-планирования несет в себе целый комплекс характерных особенностей. К таким особенностям целесообразно отнести на современном этапе то обстоятельство, что постоянно трансформирующиеся экономические реалии выдвигают задачу долгосрочного планирования. Руководящий состав организаций и предприятий оказывается вынужден самостоятельно прогнозировать деятельность компании, с учетом таких серьезных факторов, как

конкурентная борьба, изменения на отраслевых рынках, процессы инфляции, нестабильность налоговой системы и многое другое .

Но одновременно с этим представители отечественного предпринимательства зачастую не обладают профессиональной подготовкой, требуемой для разработки бизнес-планов в современных экономических условиях. Отсутствие у руководителей предприятий опыта прогнозной деятельности приводит к тому, что подавляющее большинство современных российских руководителей выбирают путь ведения управления путем интуитивного реагирования на формирующиеся ситуации. Подобная практика крайне неэффективна в условиях постоянно изменяющейся внешней среды. Но именно по причине нестабильности экономической системы руководители часто избегают долговременного бизнес-планирования. Для устранения этой проблемы представляется наиболее целесообразным использовать консультирование специалистами по бизнес-планированию. Услуги консультантов по бизнес-планированию в настоящий момент достаточно востребованы, особенно это касается долговременного планирования. Потребителями таких услуг выступают, прежде всего, крупные предприятия и организации. В сфере малого бизнеса руководители компаний чаще всего самостоятельно повышают уровень осведомленности о бизнес-планировании. Для этого представляется целесообразным посещение курсов повышения квалификации и тренингов соответствующей направленности. Также необходимо привлекать специалистов по инвестиционной аналитике и способствовать повышению уровня знаний сотрудников в сфере бизнес-планирования.

В современных реалиях для эффективного функционирования компании руководящий состав должен обладать навыками реального оценивания экономического состояния компании, ее положения на отраслевых рынках в конкурентной среде. На следующем этапе планирования руководитель предприятия должен уметь извлекать выгоды из подобного анализа, иными

словами, прогнозировать последующую финансовую деятельность в зависимости от обнаруженных недостатков и слабых мест.

Особенности бизнес- планирования за рубежом:

При переносе зарубежных рекомендаций на российскую почву следует помнить, что необходимы коррекция и замена отдельных американских реалий на российские. Наиболее существенными представляются следующие моменты.

Во-первых, для американца предпринимательская деятельность ассоциируется с такими понятиями, как свобода, независимость, самореализация и, если угодно, честь. В Америке предпринимательство является прежде всего образом жизни, а не только способом зарабатывать деньги.

Американский руководитель подвержен столь сильному давлению конкуренции и рыночных механизмов, что фактически находится у них под контролем. Его деятельность определяется тем, насколько верно он способен оценить влияние этих факторов на его предприятие, и в меньшей степени зависит от личных стремлений и симпатий.

В США и России различно отношение к бухгалтерскому учету. В России учет - это прежде всего средство удовлетворить любопытство контролирующей инстанции, в США - инструмент для лучшего понимания всего бизнеса и поиска путей увеличения его доходности. При этом основным вопросом, волнующим западного предпринимателя, является живучесть бизнеса. Она определяется соотношением между стоимостью активов и суммарными обязательствами, т.е. балансом, что коренным образом отличается от привычного нам баланса как соотношения между расходами и доходами.

Во-вторых, для американца предпринимательство является гарантией того, что в кассе всегда будут наличные средства. При этом имеется в виду не противопоставление наличных и безналичных денег, которого в Америке нет, а разница между тем, что вам заплатили, и тем, что еще только должны заплатить.

В-третьих, если деньги вложены в свое дело, то американец не испытывает морального удовлетворения без уверенности, что они приносят больший доход, чем если бы они были помещены в банк, потрачены на акции или пущены в рост каким-либо другим из общедоступных способов. Поэтому скрупулезно подсчитывается возврат капиталовложений, причем вернувшиеся средства немедленно реинвестируются в дело. Кроме того, многие предприниматели интересуются своей долей рынка, которая имеет большее отношение к живучести бизнеса, чем к доходам. Соответственно расставляются приоритеты и в бизнес-плане. Американский начинающий предприниматель находится в уникальных условиях в том смысле, что ему оказывается всемерная поддержка со стороны государства. В первую очередь это информационное обслуживание и консультации. В России необходимо компенсировать отсутствие государственных услуг собственной активностью. Нужно помнить, что иностранные организации, готовые давать консультации и даже оказывать материальную поддержку, начинают постепенно проникать и в Россию. При разработке бизнес-плана используются методики, выбор которых для инициаторов проектов сейчас достаточно широк. Основные из них приведены в списке литературы. Имеются различные типовые иностранные методики. Среди них наибольшую известность получило Руководство по оценке эффективности инвестиций, подготовленное ЮНИДО, и его компьютерный вариант КОМФАР. Однако при большом разнообразии во всех них соблюдаются определенные принципы построения бизнес-плана, которые в основном несущественно отличаются друг от друга

Выводы по главе 1.

В первой главе выпускной квалификационной работы были рассмотрены следующие моменты.

1. Были раскрыты основные понятия бизнес-планирования, задачи и цели планирования, основные функции бизнес-планов. Оценив значение и сущность бизнес-планов, можно утверждать, что планирование играет важную роль для достижения поставленных задач и целей. Таким образом, для достижения успеха необходимо планировать развитие бизнеса.

2. Приведенная классификация бизнес-планов достаточно многообразна, что говорит о широком спектре развития и выбора бизнес идей.

3. Изучили различные методики разработки бизнес-планов. Провели сравнительную характеристику двух методик: зарубежная методика UNIDO и форма бизнес-плана Правительства РФ. Однако, все методики содержат основные разделы, которые необходимы для анализа конкретных аспектов бизнес-плана. К основным разделам относят: резюме, описание бизнес-идеи, анализ рынка и стратегия маркетинга, производственный, организационный, инвестиционный и финансовые планы, анализ рисков.

4. Для обоснования эффективности бизнес-плана следует учитывать такие показатели как:

- NPV;
- PI;
- IRR;
- DPP.

5. Также было изучено российское и зарубежное бизнес планирование. Оценены достоинства и недостатки российского планирования.

2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА ОТКРЫТИЯ КЛИНИНГОВОЙ КОМПАНИИ

2.1 Резюме

В данном бизнес-плане рассмотрен проект целесообразности создания Клининговой компании.

Постоянными потребителями услуг данной организации являются мужчины и женщины со средним и высоким доходом

В области распространения антикафе в Челябинске и в области сегодня существует малое количество прямых крупных конкурентов по предоставлению аналогичных услуг, а непрямыми конкурентами являются частные уборщицы. На данный момент рынок услуг является относительно свободным и достаточно перспективен, поэтому клининговая компания «Чисто клин» имеет все возможности занять значительную долю рынка.

Для реализации нашего проекта необходимы инвестиции в размере 2 290 000 руб., из которых заемные средства составят 1 000 000 млн. руб., а собственные – 1 290 000. В качестве источника привлечения средств предполагается использовать банковский кредит под 12% годовых на 3 года.

Самой сильной стороной проекта является более низкие цены по сравнению с главными конкурентами, что привлечет определенную массу людей.

Самой слабой стороной является недостаточная известность бренда, так как планируемое к открытию предприятия является новым.

Главной угрозой является риск появления предприятия конкурента в непосредственной близости от нас.

Согласно проведенному SWOT-анализу, бизнес, планируемый к реализации, имеет больше сильных сторон, чем слабых. Также, количество возможностей превышает количество внешних угроз. Обобщение имеющихся сильных сторон и возможностей позволяет сделать вывод, что

планируемое к открытию предприятие имеет хороший потенциал и высокую долю вероятности успешной реализации проекта.

Сальдо денежных потоков накопленным итогом на всех шагах проекта является положительным, а значит, проект финансово реализуем.

По произведенным расчетам показателей экономической эффективности составили: $NPV = 2\,290\,900$ руб., $PI = 3,37$, $IRR = 120,02\%$, срок окупаемости = 8 месяц. Значение NPV положительное, PI больше единицы, IRR существенно превышает ставку дисконтирования, а срок окупаемости не превышает горизонта планирования. Исходя из полученных данных, можно сказать, что проект экономически эффективен.

По произведенному анализу рисков можно сделать вывод, что изменение ставки дисконтирования оказывает мало влияния на экономическую эффективность проекта, а снижение среднего чека ведет к значительному уменьшению NPV .

Проведенная оценка экономической эффективности позволяет сделать вывод, что проект жизнеспособен, его реализация возможна и целесообразна, о чем свидетельствуют значения всех рассмотренных показателей. Данная сфера услуг только набирает обороты на рынке, но она весьма востребована и становится более популярной. Рассматриваемые в качестве основных потребителей молодые люди с каждым годом будут наращивать собственные располагаемые доходы, превращаясь в прибыльные потребительские сегменты. Такая тенденция обеспечивает жизнеспособность предприятия в долгосрочной перспективе.

2.2 План маркетинга

Анализ рынка.

Объем рынка клининговых услуг в Челябинске растет на 7-10% в год и по итогам 2015г достиг около 1,6млрд руб. Тренд на импортозамещение, наметившийся во многих отраслях экономики к сфере клининга может быть применен, по мнению игроков рынка, лишь в сегменте химической продукции, а не техники для уборки.

В данный момент времени на рынке коммерческой деятельности наблюдается уменьшение занимающихся площадей, поэтому собственники и арендаторы стремятся снизить затраты на их обслуживание. Одним из вариантов уменьшения данных затрат является отказ от штата уборщиков в пользу услуг клининговых компаний, которые имеют следующие преимущества :

- Многократно улучшается качество уборки. За работу берутся профессиональные клинеры, которые имеют большой опыт работы с современным клининговым оборудованием и знают все тонкости обращения с различными видами поверхностей.
- Соблюдаются все санитарно-гигиенические нормы. Специалисты работают в строгом соответствии с санитарно-гигиеническими нормами. Регулярно после тщательной дезинфекции и уборки офис становится безупречно чистым и свежим.
- Снижение затрат. Отпадает необходимость раздувать штат, приобретать дорогостоящую технику, выделять для него подсобное помещение. Сотрудничество с клининговой фирмой снижает налогооблагаемую прибыль компании.
- Клининговые компании оперативно справляются с любыми сложными задачами: генеральной уборкой офисов, уборкой после ремонта, наведением порядка на прилегающей территории и т.п

Согласно оценкам экспертов, на столичном рынке работает более 300 уборочных фирм. По размеру бизнеса их можно условно поделить на 4 большие категории:

- крупнейшие операторы (численность персонала более 500 человек);
- средние операторы (численность персонала от 50 до 200 человек);
- крупные операторы (численность персонала от 200 до 500 человек);
- мелкие операторы (численность персонала до 50 человек).

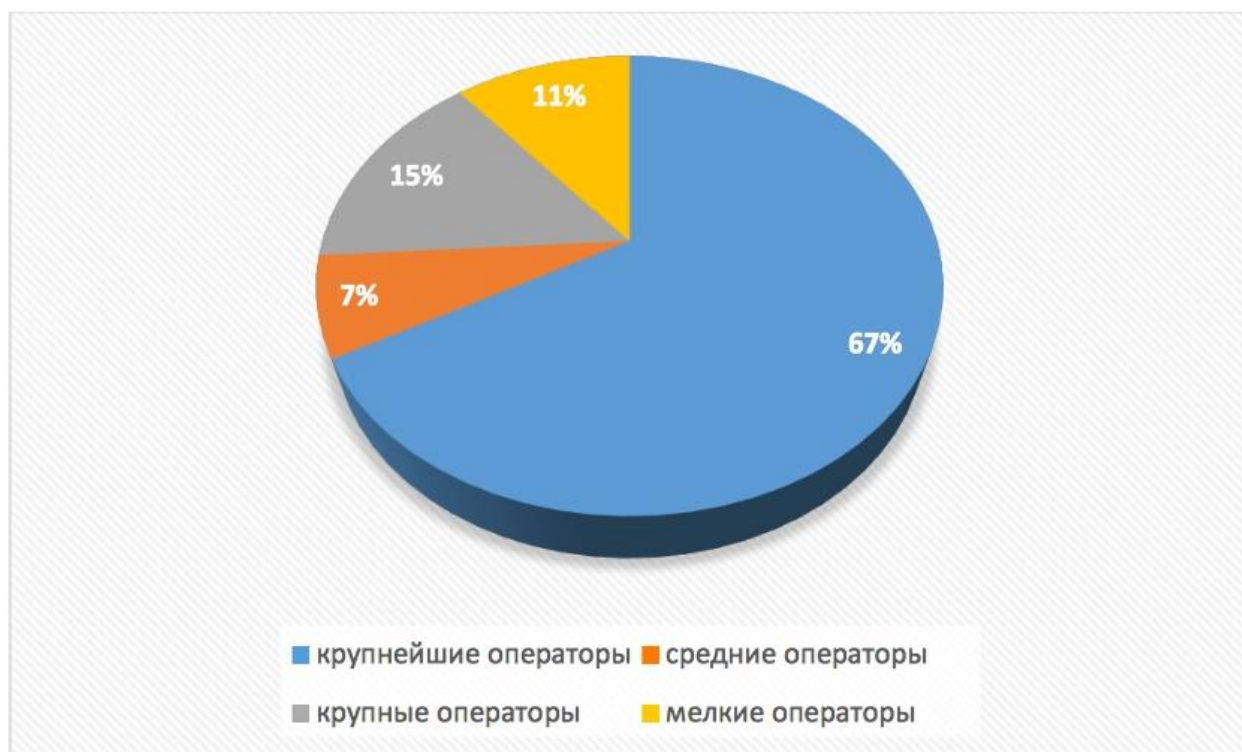


Рис. 1 категории операторов клининговых услуг

Рынок клининга в РФ является быстрорастущим сегментом экономики. До 2013 рынок рос ежегодно на 20-30%.

По данным проведенного агентством DICOVERY ResearchGroup исследования рынка клининга в России, объем рынка клининга в России

составил по итогам 2014 г. около 70 млрд рублей. Прирост по сравнению с 2013 годом составляет всего 8%. Отмечается тенденция снижения прироста рынка по сравнению с предыдущими годами. В настоящее время клининг испытывает на себе давление, связанное с экономическим кризисом 2015-2016 гг., поправками в миграционном законодательстве, а также в возросшей конкуренцией, что сказывается на существенном увеличении расходов компаний. Необходимо также отметить, что политические события также остро влияют на деятельность компаний в этой сфере. К примеру, любые изменения в отношениях между РФ и странами СНГ могут привести как к оттоку, так и притоку рабочих сил из ближнего зарубежья.

Доли сегментов рынка по убыванию можно расположить следующим образом. Наибольшая часть оборота принадлежит объектам офисной и коммерческой недвижимости, промпредприятиям. Они занимают 80% рынка и спрос постоянно растет. Новые высокотехнологичные производства предъявляют особые требования, соответствовать которым помогает использование профессионального оборудования и химпрепаратов, обеспечивающих соблюдение стандартов уборки. Причем, 80% оборота приходится на крупные клининговые компании, численность персонала в которых составляет от 200 до 500 и более работников. Далее следуют рестораны и гостиницы (включая услуги кейтеринга), а также жилые помещения. Наименьшая доля в общем обороте клининговых компаний принадлежит учебным заведениям, объектам сферы здравоохранения и жилищно-коммунальным предприятиям.



Рис. 2 — Сегменты рынка клининга

Сегмент рынка клининга делится на три группы: продажа оборудования для уборки, уборка жилых помещений, уборка стационарных объектов.

Клининговый бизнес в России в настоящее время находится в стадии формирования. Рынок достаточно закрыт и нестабилен, его представители сложно делятся информацией, опасаясь конкуренции. Основной пласт (37% компаний) – имеют численность менее 50 сотрудников, а еще 16% - не более 100 сотрудников. Компаний – флагманов рынка, имеющих в штате более

1000 сотрудников всего 14%.

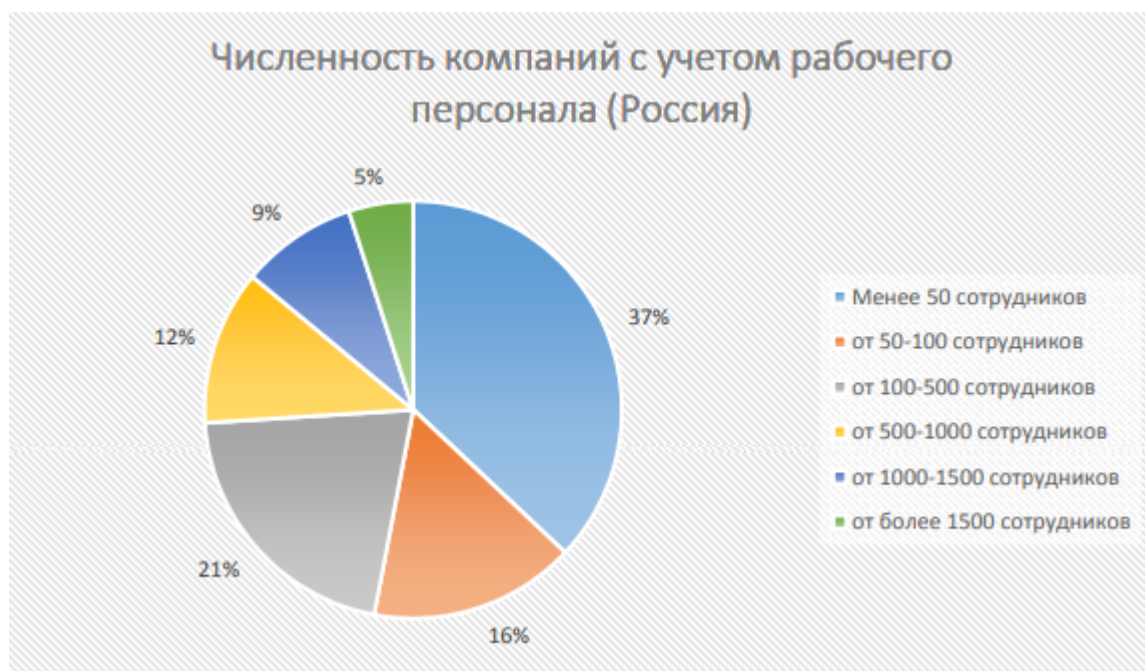


Рис. 3 — Численность персонала

Доля отечественного рынка клининговых компаний - 200-220 миллионов долларов, рынок Москвы - 100-150 миллионов долларов (по данным 2013 года):

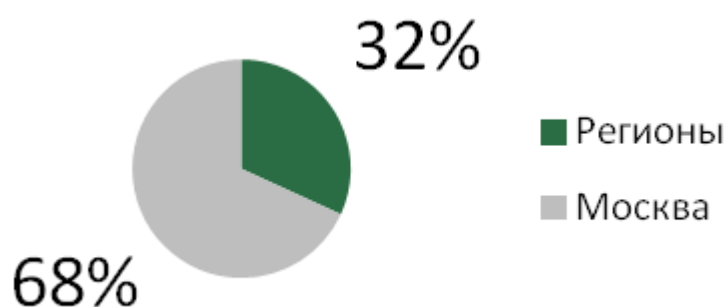


Рис. 4 — Доля рынка

Ниже определяются перспективы отрасли для роста и развития (прибыльность отрасли, темпы ее расширения). Эту информацию можно получить путем анализа динамики потребления данного товара в регионе.



Рисунок 5 – Распределение спроса на услуги

Если раньше целевой аудиторией считались люди с высоким уровнем достатка, то сейчас основной контингент представлен следующими категориями :

- 1) уровень достатка – средний и выше среднего;
- 2) мужчины и женщины – примерно в равных пропорциях.

Это связано со снижением цен на клининговые услуги и увеличением темпа жизни в современных городах.

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

русские компании, банки, государственные учреждения, гостиничные комплексы, развлекательные объекты (кинотеатры, клубы, казино), вокзалы и аэропорты.

Из числа конкурентов нами были выбраны 3 основных: Мистер Клин [5], Клин сервис [4] и А-Элит клининг [3] (все три компании находятся на 1 месте в рейтинге по количеству клиентов – юридических лиц).

Таблица 1. Анализ конкурентов

Название фирмы конкурента	Основные товары/услуги конкурента	Местоположение конкурента	Основные конкурентные преимущества
1. Мистер Клин http://www.misterclean.ru/	Ежедневная уборка помещений любого назначения; Послестроительная уборка; Генеральная уборка; Уборка прилегающей территории; Уборка после пожара; Химчистка ковров и ковровых покрытий;	г. Челябинск, ул.Артиллерийская, д. 98-А	Широкий спектр услуг Большая клиентская база (около 150 юр.лиц) Заказ бесплатного выезда менеджера для осмотра помещения и составления сметы работ. Постоянно проведение акций

	<p>Химчистка мягкой и кожаной мебели;</p> <p>Мойка окон, витрин, фасадов, витражей, рекламы;</p>		
<p>2. Клин Сервис</p> <p>http://klin-service.ru/</p>	<p>Химчистка ковров, мягкой мебели, штор, одежды. Уборка территории.</p> <p>Послестроительная уборка помещений любой сложности.</p> <p>Генеральная уборка.</p> <p>Ежедневная уборка.</p>	<p>г. Челябинск</p> <p>Ул. Героев Танкограда 63А</p>	<p>Широкий спектр услуг</p> <p>Вторая по величине клиентская база (около 120 юр.лиц)</p> <p>Наличие группы в социальной сети Вконтакте</p>
<p>3. А-Элит клининг</p> <p>http://a-elitcleaning.ru</p>	<p>Генеральную уборку, уборку в квартире, офисов, коттеджей, послестроительную</p>	<p>Г. Челябинск, ул. Артиллерийская, 124/2,</p>	<p>Широкий спектр услуг</p> <p>Третья по величине клиентская база (около 100 юр.лиц)</p>

	<p>производственных помещений, подъездов, стрижку газонов.</p>		<p>Уникальные доп.услуги (например, противоклещевая обработка Услуги гувернантки, домработницы .)</p>
--	--	--	---

Таким образом, представленные конкуренты присутствуют на рынке Челябинска довольно давно и имеют свою базу постоянных клиентов, это доказывается наличием широкого спектра услуг.

Функциональные свойства:

- а) разнообразный спектр услуг;
- б) привлекательное соотношение цены и качества;
- в) заказ специальных средств для уборки у ведущих поставщиков.

Потребительские свойства:

- а) проведение акций;
- б) уникальность дополнительных услуг;
- в) современное оборудование для клининга;
- г) высокая квалификация сотрудников.

В компаниях-конкурентах работают опытные и знающие специалисты, которые используют лучшие чистящие, моющие, дезинфицирующие средства. Им знакомы методики, как устранять застарелую и въевшуюся грязь. В списке услуг значатся: уборка домов и коттеджей, квартир, торговых и деловых центров, мойка витрин, фасадов, и многие другие. Это свидетельствует о профессиональной широте специалистов компании, и наличии всей необходимой материально-технической базы.

Определенную роль в определении цен на работы играет то, насколько долгосрочным будет являться сотрудничество. Если речь идет о проведении разовых клининговых мероприятий, то здесь основополагающей будет цена прайс-листа, например, за квадратный метр. Срочная разовая уборка будет стоить несколько дороже, так как потребует одновременного присутствия большего количества работников, чем при обычном режиме. Если же речь идет о долгосрочном сотрудничестве, то здесь потребуются более серьезные расчеты, связанные с сезонностью, графиками и периодичностью работ, спецификой помещений, людскими резервами и привлекаемой техникой.

Существует несколько способов расчета.

Основные методы продвижения товаров и услуг, используемые конкурентами – проведение различных акций типа – «3 по цене 2», предоставление скидок постоянным клиентам и различным категориям клиентов (например, пенсионерам, именинникам и т.д.), распространение листовок, буклетов, продвижение в социальных сетях ВКонтакте, контекстная реклама в поисковых сетях Яндекс и Google.

Клининговый рынок Челябинска все еще находится в зачаточном состоянии. Насыщение рынка хотя и нельзя назвать медленным, но сейчас он развит не более чем на 30% от возможного объема. На челябинском рынке существует около 50 клининговых компаний. Однако лишь 5-6 из них постоянно участвуют в основных тендерах и, осуществляя полноценную деятельность, предлагают заказчикам целый комплекс услуг по очистке и уборке помещений.

На Челябинском рынке существует около 50 клининговых компаний. Объем рынка клининга в России составил по итогам 2014 г. около 70 млрд рублей. Прирост по сравнению с 2013 годом составляет всего 8% [11].

Ожидаемая доля рынка, которую наша фирма планирует захватить 5-10%.

Наши превосходные отличия и упущения - разнообразие рекламных площадок по сравнению с конкурентами, а также более качественная версия сайта (с адаптацией под мобильные устройства).

А так же рассмотрим сильные и слабые стороны путем проведения SWOT-анализа

тр

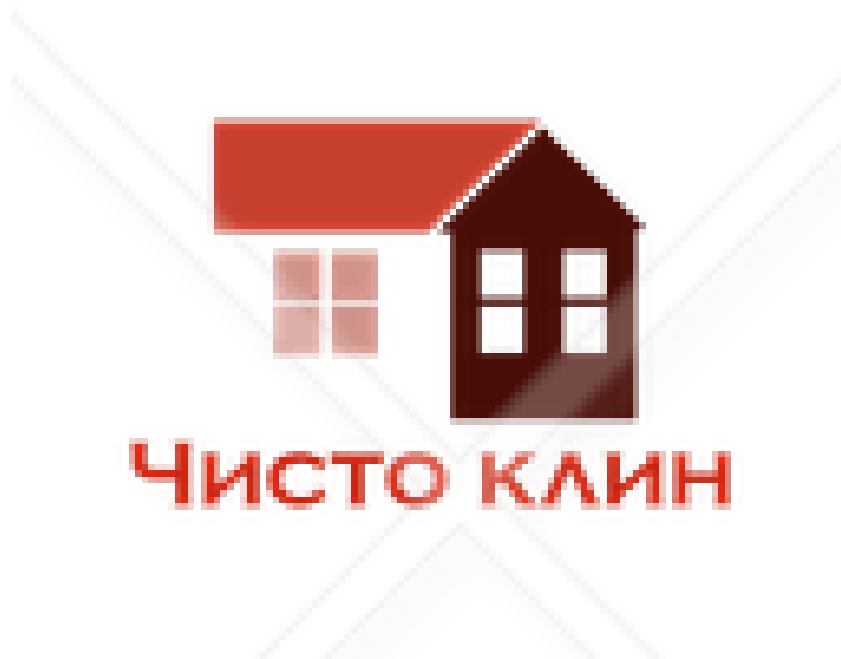
Таблица 2 – SWOT матрица

Сильные стороны:	Слабые стороны:
Высокая квалификация персонала	Неизвестность торговой марки
Инновационная услуга чистки мягких поверхностей	Мало собственных средств
Хорошее соотношение «цена- качество»	Отсутствие дополнительных услуг
Быстрая обработка заказов	
Возможности:	Угрозы:
Получить больше клиентов от Тенденции к регулированию отрасли, введение и изменение СанПиН	Конкуренция со стороны крупных брендов на рынке
Получить конкурентное преимущество за счет доступа к новейшим технологиям	Угроза появления новых конкурентов
Повышение уровня развития предпринимательства и бизнес – среды	

Рассмотрим основные способы продвижения продукции на рынке, способы завоевания новых клиентов и удержания текущих.

Маркетинг начинается с создания бренда , а именно названия, логотипа, вывесок, визиток

На рисунке 6 представлен логотип компании.



Подготовка к процедуре открытия начнется за месяц до проведения мероприятия. Она будет включать создание странички в социальной сети «Инстаграм» и «Вконтакте».

Будет проведена рекламная компания в социальных сетях с помощью размещения новостей в группах. Реклама в социальных сетях достаточно дешевая и более эффективная. Размещение одного поста стоит около 100 рублей в сутки в группах с общей аудиторией до 10 000 человек и примерно 300 с аудиторией до 50 000 человек.

Также в рамках подготовки к открытию по всем новостройкам будет отправлен курьер с листовками, об акции при открытии “Мойка окон за 189 рублей”.

При прогнозировании выручки средний чек берется в расчете 1000 рублей на человека исходя из цен

Таблица 3 – Цены на услуги Чисто клин

Название услуги		Цена за м2
Комплексная уборка		38
Химчистка	Химчистки ковров и покрытий	136
	Химчистка дивана (посадочное место)	388
	Чистка подушек, чехлов, накидок	100
	Химчистка стульев	136
	Химчистка пуфиков	88
	Химчистка кресел	475
	Кожаная мебель (посадочное место)	488
Уборка после ремонта		58
Уборка территории	Уборка и вывоз снега	50
	Уборка и вывоз мусора	50
Мойка фасадов и окон	Мойка нестандартного остекления (2 плоскости)	46
	Мойка жалюзи (металлические, пластиковые)	26
	Мойка окон: квартира; 2 створки	33
	Мойка окон: квартира; 3 створки	36

	Мойка балкона, лоджии (стены, пол, потолок)	41
--	---	----

Таблица 4. Прогноз выручки на 1 год.

Месяц	Прогноз количества клиентов за месяц	Сумма, в руб
1	560	560000
2	560	560000
3	680	680000
4	760	760000
5	760	760000
6	760	760000
7	760	760000
8	760	760000
9	760	760000
10	760	760000
11	760	760000
12	760	760000

Выручка напрямую зависит от количества клиентов за месяц, которое увеличивается за счет рекламы. В первые два месяца прогнозируется примерно по 560 заказов ежемесячно, что составляет 73% от максимально возможного количества заказов. К четвертому месяцу планируется увеличить число заказов до 760.

Таблица 5. Прогноз выручки на 3 года.

1 год	8640	8 640 000
2 год	9120	9 120 000
3 год	9120	9 120 000

2.3 Организационно-Производственный План

Клининговая компания «Чисто клин»- это компания, которая нацелена на продажу услуг по уборке квартир, офисов и торговых помещений.

Особенностью компании будет качественная уборка помещений по более дешевым ценам чем у конкурентов, а также использование профессионального оборудования, и качественной химии.

Основной упор в рамках производства мы делаем на качество используемого сырья, качество и быстрота уборки.

Идея создать клинговую компанию появилась в результате того, что у большей части состоятельных людей нет времени на уборку. Поэтому эту задачу мы берем на себя тем сам освобождая график клиенту

Поэтому миссия нашей компании –выполнение уборки по всем правилам и стандартам, с использованием высокоэффективного оборудования. Наши услуги покажут людям на сколько удобно, заказывать именно их и экономить свое время и силы.

Основными видами услуг будут является: химчистка , уборка территорий, мойка фасадов и окон.

Таблица 6. Предоставляемые услуги

Химчистка	Химчистки ковров и покрытий
	Химчистка дивана (посадочное место)

	Чистка подушек, чехлов, накидок
	Химчистка стульев
	Химчистка пуфиков
	Химчистка кресел
	Кожаная мебель (посадочное место)
Уборка после ремонта	
Уборка территории	Уборка и вывоз снега
	Уборка и вывоз мусора
Мойка фасадов и окон	Мойка нестандартного остекления (2 плоскости)
	Мойка жалюзи (металлические, пластиковые)
	Мойка окон: квартира; 2 створки
	Мойка окон: квартира; 3 створки
	Мойка балкона, лоджии (стены, пол, потолок)

Организационно-правовой формой деятельности выбрана форма индивидуального предпринимателя, так собственник у организации будет только один.

Преимущества:

- Регистрации по месту проживания без юридического адреса
- Введение более простой бухгалтерской отчетности
- Простой способ регистрации по сравнению с ООО

Недостатки:

Необходимость перечислять фиксированную сумму страховых взносов вне зависимости ведется деятельность или нет

При выборе системы налогообложения мы рассматриваем следующие формы:

- УСН 6% от дохода (глава 26.2 НК РФ).
- УСН (доходы минус расходы) 15% (глава 26.2 НК РФ).

Бытовые услуги для юр.лиц под ЕНВД не подпадают.

Формой налогообложения выбрана упрощенная система, по формату «доход-расход», ставка составляет 15%. При такой форме налог на прибыль меньше, чем при первом варианте.

Офис будет работать с 9:00 до 15:00 для обучения, найма новых сотрудников, а так также для работы с клиентами. Клинеры, и менеджеры будут работать с 9:00 до 20:00.

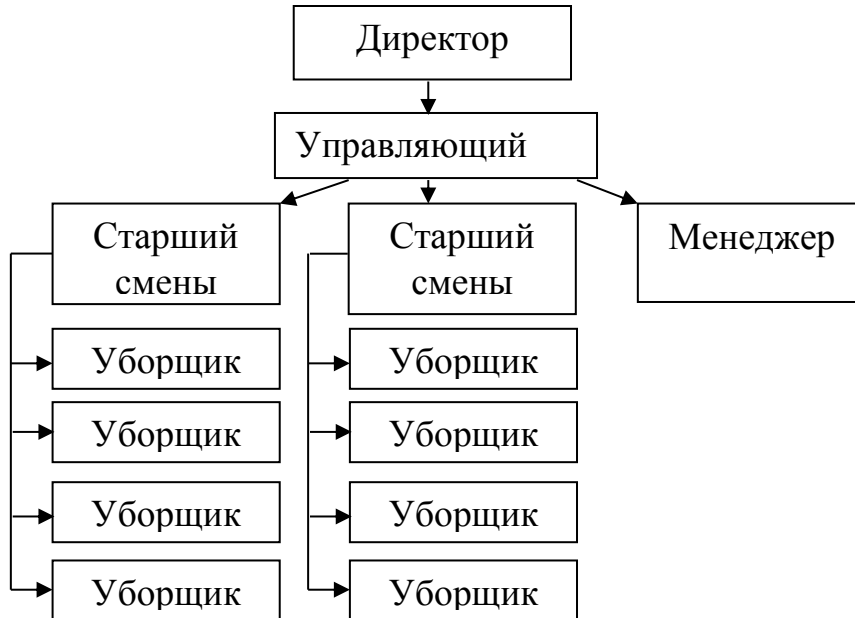
Оказание услуг проходит в несколько этапов:

- по звонку или по заявке на сайте назначается время для выезда оценщика, составляется смета выполнения работ и дата уборки
- назначение бригады, передается смета работ
- прибытие на место, сверка сметы
- выполнение работы
- контрольная проверка старшим смены
- получение денег от заказчика

Так же не обходим склад для хранения оборудования, его планируется брать в аренду

Абсолютно все материалы, средства, техника должны использоваться в соответствии с ГОСТ Р 51870-2014 «Услуги профессиональной уборки - клининговые услуги. Общие технические условия», так как от этого зависит безопасность как людей, так и работников [11].

Рисунок 6– Организационная структура планируемой компании



Директор

1. Осуществлять руководство подчиненным персоналом с целью достижения высокого уровня качества оказываемых услуг: поддержания стандартов чистоты и условий проживания персонала Заказчика.

Управляющий

1. Проведение инспекций объектов в текущем режиме на основании технологической документации, проверка качества работы сотрудников.

2. Контролировать эффективное использование имущества компании и Заказчика

Менеджер

1. Своевременно формировать заявки на материалы, инструмент, униформу, спальные принадлежности.

2. Контролирование работы уборочной силы

Старший смены

1. Уборка на высшем уровне

2.Своевременное отслеживание наличие уборочных запасов

Таблица 7. Заработная плата

Вид персонала	Количество, чел	Заработная плата	Общая сумма	Страховые взносы	Итого со страховыми взносами
Управляющий	1	25000	25000	7500	32500
Менеджер	2	20000	40000	12000	52000
Старший смены	2	25000	50000	15000	65000
Клинер	8	20000	160000	48000	208000
Итого	13	275000	-	825000	357500

2.4 Инвестиционный План

Для начала деятельности и возможности реализации проекта необходимо рассчитать сумму инвестиций.

Офис и склад будет располагаться в арендованном помещении, необходимо оценить необходимость проведения ремонта, а также приобрести оборудование и автомобиль ГАЗ Соболь 2217 для выездной работы бригады. Так же для привлечения клиентов необходимо запустить рекламную компанию в контакте и инстаграме, а разнести рекламу по ближайшим домам.

Таблица 8 – Потребность в расходных материалах и ресурсах.

Наименование вида материальных ресурсов	Потребность на проект в 2016 году				Кол -во за кварта л	Пос тавщик и
	1	2	3	4		
	кварта л	кварта л	кварта л	кварта л		
	Стоимость за штуку, руб					
Сквидж для стекла сталь Арт.Н1303 - 40 см	20 0	20 3	20 5	207	12 штук	Кли нинбер г
Шубка для мытья окон с держателем Арт.Н1402 - 40 см	13 9	14 1	14 2	143	12 штук	Кли нинбер г
Шубка для мытья окон Стандарт Арт.Н1413 -45 см	80	83	85	88	20 штук	Кли нинбер г

Телескопический шест 2 секции Арт.Н1805 - 4,5 м	0 56	3 56	5 56	565	8 штук	Кли нинбер г
Сменная резиновая лента для сквиджа Арт.Н1390 - 105см	91	93	94	95	12 штук	Кли нинбер г
Ведро на колесах с отжимом 20 л, Арт. Н0110	00 16	10 16	10 16	3 161	6 штук	Кли нинбер г
Совок - ловушка и щетка с ручкой Арт. Н1132	0 83	0 85	0 85	900	12 штук	Кли нинбер г
Сгон для пола с ручкой метал. Арт. Н1704	0 62	0 62	0 64	660	6 штук	Кли нинбер г
HIGO PROGRESS ЭКОНОМ Универсальное щелочное моющее средство	95	97	97	99	2 штуки по 5 литров	Но ReCa
HIGO G112 Средство для чистки стекол и зеркал	3 25	5 25	5 25	260	2 штуки по 5 литров	Но ReCa
HIGO F-100 Средство для чистки	0 41	0 41	3 41	416	2 штуки	Но ReCa

после ремонта					по 5 литров	
Blutoxol / универсальное дезинфицирующее ср- во	20 19	20 19	20 20	202 3	2 штуки по 5 литров	Kie hl
Profless-Konzentrat / ср-во для чистки поверхностей и мебели	71 8	71 8	72 0	722	2 штуки по 5 литров	Kie hl
Салфетка микрофибра универсальная CituUP 30*30 (10шт)	31 0	31 3	31 3	315	10	Тор ис
Перчатки х/б 10 класс без ПВХ, белые	24 70	24 73	24 73	247 5	250 шт/кор обка, 2 коробк и	Тор ис
Мешки для мусора ТОРИС 120л, (15мкм) 10шт черные	15 90	15 90	15 96	159 6	100 штук	Тор ис
Мыло хозяйственное 65% 200гр	63 0	63 0	63 3	633	64 шт/кор обка	Тор ис
Всего	51	52	52	534		

	770	282	527	27
--	-----	-----	-----	----

Таблица 9- стоимость оборудования и материалов

№ п/п	Наименование оборудования и материалов	Поставщик	Ед. изм.	Кол-во товара	Стоимость 1 ед., руб.	Общая сумма, руб.	Период использования
1	Полотёр ChaoBaо СВ-1500 С	ООО «Сэйлор»	Ш т.	2	31 000	62 000	5 лет
2	Профессиональный фен для сушки ковров Fiorentini BLOWER	ООО «Сэйлор»	Ш т.	3	18 000	54 000	5 лет
3	Уборочные тележки	ТД "Клининберг"	Ш т.	2	5 000	10 000	5 лет
4	Ведра на колёсах	ТД "Клининберг"	Ш т.	5	2 000	10 000	1-2 года
5	Уборочный инвентарь (мопы, щётки, сквиджи, ведра, веники, скребки, совки и т.д.)	ТД "Клининберг"	-	-	-	30 000	1 месяц

6	Расходники (мусорные пакеты, перчатки, салфетки, губки, полотенца и т.д.)	ТД "Клининберг"	-	-	-	5 000	1 месяц
7	Моющие средства, бытовая химия	ООО «Торис-маркет»	-	-	-	50 000	1 месяц
8	Ноутбук	«DNS »	Ш т.	3	20 000	60 000	6 лет
9	МФУ (принтер, сканер, копир)	«DNS »	Ш т.	1	10 000	10 000	6 лет
10	Роутер	«DNS »	Ш т.	1	3 000	3 000	10 лет
11	Телефон	«М.Ви део»	Ш т.	1	4 000	4 000	10 лет
12	Сервер для базы данных фирмы, базы клиентов и сайта	«DNS »	Ш т.	1	50 000	50 000	10 лет
13	Мебель в офис (столы, стулья, диван, офисный шкаф)	«EMS »	-	-	-	40 000	10 лет
14	Канцелярия (файлы, папки, бумага, ручки, и т.д.)	«Офис марк»	-	-	-	5 000	1 месяц

Итого:	383 000
--------	---------

Полный перечень объектов для инвестирования в таблице 10.

Таблица 10 – Инвестиции.

Показатель	Сумма, руб.
Организационные затраты, в т.ч.:	20 800
– регистрация ИП (госпошлина)	800
– создание сайта	20 000
Капитальные вложения, в т.ч.:	640000
– оборудование	383000
– вывеска	7 000
– Покупка автомобиля для выездной бригады	250 000
Оборотные средства, в т.ч.:	1630100
– аренда (3 мес.)	135600
– рекламная кампания (3 мес.)	90 000
– заработная плата(3 мес.)+стр. вз.	1072500
– расходные материалы(1 квартал)	210 000
– финансовый буфер	62 000
– Интернет (6 мес.)	10 000
– Водоснабжение	50 000
Итого	2 290 900

Таким образом для реализации данного проекта требуется 2 290 900 руб.

Размер собственных средств составляет 1 290 900, следовательно нужно привлечь заемные средства в размере 1 000 000 руб.

При выборе кредитной организации я обратил внимание кредит «Бизнес-Доверие» от сбербанка по ставку 12% годовых и сроком от 2 до 36 месяцев.

Кредит привлечен на 3 года в размере 1 000 000, Оплата происходит ежемесячно аннуитетными платежами. График погашения кредита представлен в таблице 11.

Таблица 11 – График погашения кредита

Дата платежа	Сумма платежа	Основной долг	Начисленные проценты	Остаток задолженности
Июнь, 2018	33 214,31	23 214,31	10 000,00	976 785,69
Июль, 2018	33 214,31	23 446,45	9 767,86	953 339,24
Август, 2018	33 214,31	23 680,92	9 533,39	929 658,32
Сентябрь, 2018	33 214,31	23 917,73	9 296,58	905 740,59
Октябрь, 2018	33 214,31	24 156,90	9 057,41	881 583,69
Ноябрь, 2018	33 214,31	24 398,47	8 815,84	857 185,22
Декабрь, 2018	33	24	8 571,85	832 542,76

	214,31	642,46		
Январь, 2019	33	24	8 325,43	807 653,88
	214,31	888,88		
Февраль, 2019	33	25	8 076,54	782 516,11
	214,31	137,77		
Март, 2019	33	25	7 825,16	757 126,96
	214,31	389,15		
Апрель, 2019	33	25	7 571,27	731 483,92
	214,31	643,04		
Май, 2019	33	25	7 314,84	705 584,45
	214,31	899,47		
Июнь, 2019	33	26	7 055,84	679 425,98
	214,31	158,47		
Июль, 2019	33	26	6 794,26	653 005,93
	214,31	420,05		
Август, 2019	33	26	6 530,06	626 321,68
	214,31	684,25		
Сентябрь, 2019	33	26	6 263,22	599 370,59
	214,31	951,09		
Октябрь, 2019	33	27	5 993,71	572 149,98
	214,31	220,60		
Ноябрь, 2019	33	27	5 721,50	544 657,17
	214,31	492,81		
Декабрь, 2019	33	27	5 446,57	516 889,43
	214,31	767,74		
Январь, 2020	33	28	5 168,89	488 844,02
	214,31	045,42		
Февраль, 2020	33	28	4 888,44	460 518,15
	214,31	325,87		

Март, 2020	33 214,31	28 609,13	4 605,18	431 909,02
Апрель, 2020	33 214,31	28 895,22	4 319,09	403 013,80
Май, 2020	33 214,31	29 184,17	4 030,14	373 829,63
Июнь, 2020	33 214,31	29 476,01	3 738,30	344 353,62
Июль, 2020	33 214,31	29 770,77	3 443,54	314 582,84
Август, 2020	33 214,31	30 068,48	3 145,83	284 514,36
Сентябрь, 2020	33 214,31	30 369,17	2 845,14	254 145,20
Октябрь, 2020	33 214,31	30 672,86	2 541,45	223 472,34
Ноябрь, 2020	33 214,31	30 979,59	2 234,72	192 492,75
Декабрь, 2020	33 214,31	31 289,38	1 924,93	161 203,37
Январь, 2021	33 214,31	31 602,28	1 612,03	129 601,09
Февраль, 2021	33 214,31	31 918,30	1 296,01	97 682,79
Март, 2021	33 214,31	32 237,48	976,83	65 445,31
Апрель, 2021	33 214,31	32 559,86	654,45	32 885,46
Май, 2021	33	32	328,85	0,00

	214,31	885,46		
--	--------	--------	--	--

2.5 Финансовый План

При определении текущих расходов предприятия, связанных с реализацией бизнес-идеи, за основу расходные материалы, фонд оплаты труда, страховые взносы ИП, проценты по кредиту, арендные платежи, затраты на рекламу, представленные в таблице 13

Страховые взносы ИП рассчитаны по схеме сумма «страхового года», а именно взносы на ОМС и ОПС, плюс один процент от выручки свыше 300 тыс. руб. В таблице 8 представлены текущие ежемесячные затраты без процентов по кредиту и страховых взносов ИП.

Таблица 12 – Текущие ежемесячные затраты проекта

Показатель	Сумма, руб.
Арендные платежи	45200
Реклама	30 000
Заработная плата	275000
Страховые взносы	82500
Расходные материалы	17256,67
Итого:	449956,67

План операционной деятельности представлен в таблице 12.

Таблица 13 – Операционная деятельность

Показатель, руб.		1 год	2 год	3 год
Выручка		8 640 000	9 120 000	9 120 000
Текущие затраты, в т. ч.:		5 587 606	5 589 808	5 546 102
– арендные платежи		542 400	542 400	542 400
– реклама		360 000	360	360

			000	000

Окончание таблицы 13.

Показатель, руб.		1 год	2 год	3 год
– заработная плата		3300000	33000 00	330000 0
– страховые взносы		990 000	990 000	990 000
– страховые взносы ИП		115785	120 585	120 585
– расходные материалы		210 006	210 006	210 006
– проценты по кредиту		69 415	66 817	23 111
Списание затрат, в т. ч.:		665 800	0	0
– организационные затраты		25 800	-	-
– капитальные вложения		640 000	-	-
Прибыль до налогообложения		3 052 394	3 530 192	3 573 898
Налог УСНО		178994	26476 4	268042

Чистая прибыль		2 873 399	3 265 427	3 305 855
Денежный поток от операционной деятельности		2 873 399	3 265 427	3 305 855

Бюджетная эффективность проекта

Суммы уплачиваемых налогов и взносов по шагам проекта приведены в таблице 14.

Проведя расчеты и сопоставив их можно сделать вывод, что проект является эффективным и принесет в бюджет денежные средства.

Таблица 14 – Бюджетная эффективность проекта

Номер шага	1	2	3
Длительность шага, месс.		12	12
Страховые взносы, руб.	990 000	990 000	990 000
Страховые взносы ИП, руб.	11578 5	120 585	120 585
УСНО, руб.	17899 4	26476 4	26804 2
Итого	1 284 779	1 375 349	1 378 627

Из представленной ниже таблицы 15 и общего сальдо на рисунке 7 видно, что проект является финансово реализуемым.

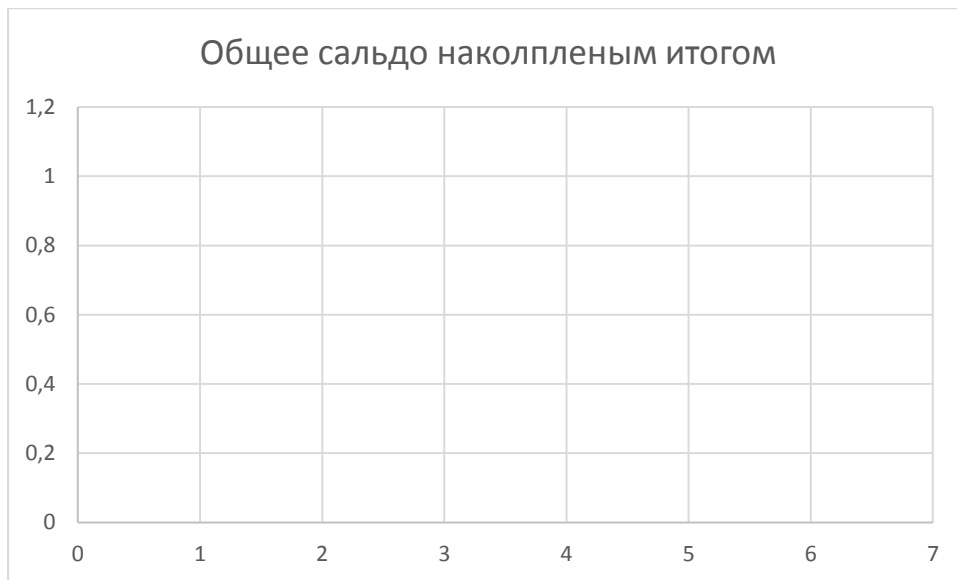


Рисунок 7– Общее сальдо денежных потоков накопленным итогом

Год планирования	1		2	3
Номер шага	0	1	2	3
Операционная деятельность (чистая прибыль) , руб	0	2 873 399	3 265 427	3 305 855
Инвестиционная деятельность, руб	2 290 900	-	-	-
Финансовая деятельность, руб	100000 00	- 294416	- 331754,8	- 373829,64
СК, руб	1 290 900	-	-	-
ЗК. руб	1 000 0000	-	-	-
Общ.сальдо по шагам проекта, руб	0	2 578 983	2 933 672	2 932 025
Общее сальдо накопленным итогом, руб	0	2 578 983	5 512 655	8 444 681

2.6 Оценка экономической эффективности проекта

Эффективность проекта – категория, которая отображает соответствие затрат и результатов инновационного проекта интересам и целям участников.

Экономическая эффективность показывает соотношение затрат на реализацию проекта и его результатов в соответствии с интересами и целями участников проекта в денежном эквиваленте.

Оценка эффективности осуществляется с помощью расчета системы показателей эффективности инвестиционного проекта. Все они имеют одну важную особенность. Расходы и доходы разнесены по времени, приводятся к одному (базовому) моменту времени.

Базовым моментом времени является дата начала реализации проекта. Приведение разновременных платежей к базовой дате осуществляется с помощью процедуры дисконтирования.

В качестве ставки дисконтирования для оценки проекта было выбрано значение процента по заемному капиталу. Ставка процента по заемному капиталу – это ставка процента, под которую предприятие может взять в долг в настоящее время.

Для оценки экономической эффективности проекта были рассчитаны такие показатели как чистый дисконтированный доход (NPV), индекс доходности (PI), внутренняя норма доходности (IRR) и дисконтированный срок окупаемости (DPP).

Оценка экономической эффективности проекта представлена в таблице 16.

Таблица 16 – Оценка экономической эффективности проекта

Год планирования		1	2	3
Номер шага	0	1	2	3
Ставка дисконтирования, %		18%	18%	18%
ЧДП от операционной деятельности по шагам проекта, руб.		2 873 399	3 265 428	3 305 856
ЧДП от операционной деятельности по шагам проекта дисконтированное, руб.		2 435 084	3 265 428	2 012 046
ЧДП от инвестиционной деятельности по шагам проекта, руб.	-2 290 900			
ЧДП от инвестиционной деятельности по шагам проекта	-2 290 900			

дисконтированное, руб.				
Текущий NPV, руб.	-2 290 900	144 184	3 409 612	5 421 658
NPV проекта, руб.	5 421 658			
PI	3,37			
IRR, %	120,02			
DPP, лет	8 месяцев			
PP	0.728			

Все рассчитанные показатели свидетельствуют о том, что данный проект является эффективным ($NPV > 0$, $PI > 1$, $DPP <$ горизонт планирования). PI оказывает, что каждый рубль инвестиций, вложенных в проект, принесет около 3 руб. 12 коп. текущей стоимости доходов. Чистый дисконтированный доход, показывающий абсолютную величину прибыли, приведенную к началу реализации проекта, составляет 7 153 781 рублей. При этом барьерная ставка (ставка дисконтирования, при которой чистый дисконтированный доход равен нулю) составляет 120,02%. Данная ставка

определяет максимально приемлемую ставку дисконта, при которой можно инвестировать в данный проект средства без каких-либо потерь для собственника.

2.7 Оценка рисков проекта.

Анализ чувствительности.

Анализ чувствительности проводится для того, чтобы учесть и спрогнозировать влияние изменений различных первоначальных параметров на показатели эффективности проекта. По сути, этот анализ определяет устойчивость проекта к возможным изменениям экономической ситуации и внутренних показателей проекта.

В качестве ключевого показателя эффективности инвестиций был выбран чистый дисконтированный доход (NPV), т.к. он показывает насколько возрастет стоимость вложенного капитала в результате реализации проекта.

В систему основных факторных показателей, оказывающих влияние на его изменение вошли:

- средний чек;
- ставка дисконтирования;

Показатели	Изменение ставки дисконтирования						
	- 15%	- 10%	- 5%	0%	5%	10 %	15 %
Ставка дисконтирования	15, 30	16, 20	17, 10	18, 00	18, 90	19, 80	20, 70
NPV, руб.	5 623	5 554	5 487	5 421	5 357	5 295	5 235
	364	336	121	656	879	732	157
Изменение NPV, руб.	201 708	132 680	65 465	0	-63 777	- 125 925	- 186 499
	Изменение среднего чека						
Показатели	-	-	-	0%	5%	10	15

	15%	10%	5%			%	%
Средний чек, руб.	850 ,00	900 ,00	950 ,00	10 00	10 50,00	11 00,00	11 50,00
NPV, руб.	2 370 164	3 387 329	4 404 493	5 421 656	6 438 822	7 455 987	8 473 152
Изменение NPV, руб.	-3 051 492	-2 034 328	-1 017 163	0	1 017 166	2 034 331	3 051 495

График чувствительности для всех неопределенных факторов, который позволяет сделать вывод о наиболее критичных аспектах инвестиционного проекта и скорректировать их, представлен на рисунке 8.

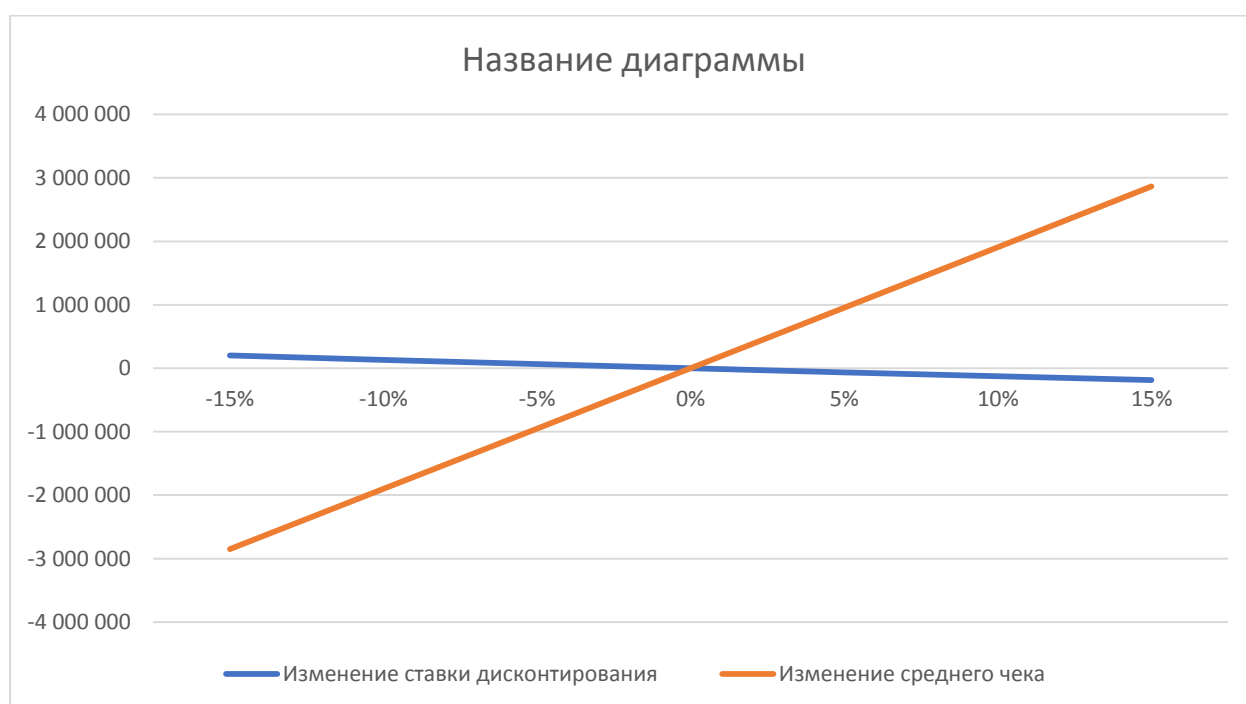


Рисунок 8 – Анализ чувствительности

Проведенные расчеты показали, что данный проект характеризуется крайне высокой степенью риска к изменению среднего чека. Однако предприятие все равно будет получать прибыль.

Выводы по главе 2

В данной главе были рассмотрены основные тенденции развития рынка клининговых услуг в России. По предварительной оценке для организации и начала деятельности предприятия требуются инвестиции в объеме 2 290 900 руб., из которых дополнительно необходимо привлечь заемные средства в размере 1 000 000 руб. Проект отвечает условию финансовой реализуемости: на каждом шаге расчета имеется достаточное количество средств для его продолжения; однако является неустойчивым к рискам, что подтверждается неудовлетворительными результатами анализа чувствительности и CVP-анализа.

Рассчитанные на основе прогнозирования денежных потоков показатели экономической эффективности свидетельствуют о том, что данный проект является эффективным ($NPV > 0$, $PI > 1$, $DPP < \text{горизонт планирования}$). Каждый рубль инвестиций, вложенных в проект, принесет около 2 руб. 27 коп. текущей стоимости доходов. Чистый дисконтированный доход, показывающий абсолютную величину прибыли, приведенную к началу реализации проекта, составляет 5 421 658. При этом барьерная ставка (ставка дисконтирования, при которой чистый дисконтированный доход равен нулю) составляет 120,02%.

Инвестиции, направленные на реализацию проекта, полностью окупятся через 8 месяцев. С учетом результатов проведенных расчетов и примененных методов оценки целесообразным будет принятие решения о реализации инвестиционного проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сфера продажи клининговых услуг в Челябинской области становится все более востребованной. В связи с этим посредством методов бизнес-планирования была осуществлена оценка реализации бизнес-идеи по открытию клининговой в г. Челябинске.

Были раскрыты основные понятия бизнес-планирования, задачи и цели планирования, основные функции бизнес-планов. Оценив значение и сущность бизнес-планов, можно утверждать, что планирование играет важную роль для достижения поставленных задач и целей.

Провели сравнительную характеристику двух методик: зарубежная методика UNIDO и форма бизнес-плана Правительства РФ. Однако, все методики содержат основные разделы, которые необходимы для анализа конкретных аспектов бизнес-плана. К основным разделам относят: резюме, описание бизнес-идеи, анализ рынка и стратегия маркетинга, производственный, организационный, инвестиционный и финансовые планы, анализ рисков.

Для обоснования эффективности бизнес-плана следует учитывать такие показатели как:

- NPV;
- PI;
- IRR;
- DPP.

Данные показатели экономической эффективности свидетельствуют о том, что данный проект является эффективным при $NPV > 0$, $PI > 1$, $DPP <$ горизонт планирования.

План маркетинга показал, что предприятие будет конкурентоспособным на рынке и сможет занять свою нишу среди специализированных магазинов и салонов города.

Затем определили требуемые инвестиции в объеме 769 491 руб., из которых дополнительно необходимо привлечь заемные средства в размере 1 000 000 руб. Проект отвечает условию финансовой реализуемости: на каждом шаге расчета имеется достаточное количество средств для его продолжения.

После этого были рассчитаны денежные потоки от реализации проекта. Притоком по проекту является выручка от реализации продукции. В состав расходов включены: затраты на сырье и материалы, заработная плата работникам и отчисления во внебюджетные фонды, проценты по кредиту и прочие. Все денежные потоки рассчитаны с учётом данных по инфляции.

Была рассчитана экономическая эффективность и оценена финансовая реализуемость проекта. Для оценки экономической эффективности были рассчитаны дисконтированные показатели: чистый дисконтированный доход (NPV), дисконтированный срок окупаемости (DPP), индекс доходности (PI) и внутренняя норма доходности (IRR). Данные расчёта показали, что реализация проекта целесообразна; также проект является финансово реализуемым.

Анализ рисков показал, что проект относительно устойчив к рискам. В связи с этим, были разработаны рекомендации по закрытию рисков, которые обеспечивают продажу высокорентабельных сопутствующих товаров, программу лояльности для повторных продаж и удержанию клиентов.

Таким образом, задачи проекта решены, цель исследования достигнута.

<http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2015/17.pdf> 2

<http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2015/17.pdf> 3

http://storage.elib.mgup.ru/6/bogomolova_2014.pdf 4

<https://books.ifmo.ru/file/pdf/1721.pdf> 5

http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/27977/1/tesliyk_ryma%D1%83nceva_2014.pdf 6

<https://moluch.ru/archive/178/46201/> 7