

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

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

Бизнес-план открытия автомоечного комплекса «Чистый лев» в г. Челябинске

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА  
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.02.2018.290.ВКР

Руководитель работы,  
к.э.н., доцент кафедры  
\_\_\_\_\_ Е.Г. Сухих  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Автор работы,  
студент группы ВШЭУ-490  
\_\_\_\_\_ А.А. Грибанов  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Нормоконтролер,  
ст. преподаватель кафедры  
\_\_\_\_\_ И.А. Мостовщикова  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Челябинск 2018

## АННОТАЦИЯ

Грибанов А.А. Бизнес план открытия автомоечного комплекса «Чистый лев». – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-490, 58с., 4 рис., 10 табл., библиогр. список – 41наим., 1 прил.

Объектом исследования является бизнес планирование общества с ограниченной ответственностью «Чистый лев».

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью составления бизнес плана открытия ранее не существовавшего автомоечного комплекса «Чистый лев».

Первая глава содержит теоретические основы бизнес планирования. Раскрыта сущность бизнес планирования, показаны показатели бизнес-плана и сравнение разных методик составления бизнес плана.

Во второй главе проводится анализ инвестиционной привлекательности проекта, в котором приведены инвестиционные и текущие затраты, оценена его эффективность простыми и дисконтированными методами, а также рассмотрены риски проекта.

Практическая значимость работы видится в использовании полученного плана создания автомоечного комплекса «Чистый лев» в качестве коммерческого предложения в процессе проведения переговоров с потенциальными инвесторами и кредиторами.

## ANNOTATION

Gribanov A.A. Business plan for the opening of the car wash complex "Clean Lion". — Chelyabinsk: SUSU, HSEM-490, 58 pp., 4 figures, 10 tables, bibliograms. list - 41 items, 1 app.

The object of the study is the business planning of the Limited Liability Company «Clean Lion».

Graduation qualification work was carried out with the purpose of drawing up a business plan for the opening of the previously existing car wash complex «Pure Lion».

The first chapter contains the theoretical foundations of business planning. The essence of business planning is revealed, business plan indicators are shown and different methods of business plan are compared.

The second chapter analyzes the investment attractiveness of the project, which presents investment and current costs, estimates its effectiveness in simple and discounted methods, and also examines the risks of the project.

The practical significance of the work is seen in the use of the obtained plan for the creation of a car wash complex «Clean Lion» as a commercial proposal in the process of negotiating with potential investors and creditors.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС–ПЛАНИРОВАНИЯ	
1.1 Сущность бизнес-планирования.....	10
1.2 Основные показатели, используемые в бизнес-плане.....	16
1.3 Сравнение отечественных и иностранных методик бизнес-планирования...	21
2 БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ АВТОМОЕЧНОГО КОМПЛЕКСА «ЧИСТЫЙ ЛЕВ»	
2.1 Описание услуг.....	26
2.2 План маркетинга .....	29
2.3 План производства .....	33
2.4 Инвестиционный план .....	35
2.5 Организационный план .....	38
2.6 Финансовый план.....	42
2.7 Оценка эффективности проекта и рисков .....	44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	50
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	53
ПРИЛОЖЕНИЯ	
Приложение А. Структуры инвестиционного бизнес-плана, предлагаемые UNIDO, ЕБРР и ТАСИС.....	56

## ВВЕДЕНИЕ

В понятие эффективности инвестиционного проекта обычно вкладывают степень его соответствия целям и интересам участников инвестирования. Для того чтобы определить эту степень и используется оценка. Суть инвестиционного проекта и его оценка раскрываются в бизнес плане.

Бизнес-план выполняет три основные функции. Во-первых, он отражает концепцию ведения и развития бизнеса. Возникает возможность тщательной проработки стратегии организации бизнеса, что позволяет избежать ошибок еще «на бумаге». Для этого необходимо рассмотреть бизнес со всех сторон: маркетинга, производственной деятельности и финансов.

Во-вторых, бизнес-план позволяет сравнить фактические результаты деятельности с ранее намеченными. Например, финансовый раздел бизнес-плана может служить основой бюджета производства, инструментом контроля. Благоприятные или нежелательные отклонения позволяют уточнить развитие бизнеса на перспективу.

В-третьих, бизнес-план нужен для привлечения и управления денежными средствами, поскольку ни один уважающий себя инвестор или кредитор не вложит свои средства, не посмотрев бизнес-план.

Таким образом, составление бизнес-плана актуально для организаций различных сфер деятельности, поскольку позволяет спланировать и оптимизировать ресурсы для максимизации финансового результата компании.

Объектом исследования является бизнес планирование общества с ограниченной ответственностью «Чистый лев».

Предметом исследования служит автомоечный комплекс «Чистый лев».

Целью выпускной квалификационной работы является разработать бизнес план открытия автомоечного комплекса «Чистый лев».

Цель достигается решением следующих задач:

- раскрыть сущность бизнес планирования;

- рассмотреть основные показатели бизнес плана;
- проанализировать зарубежные и отечественные методики составления бизнес плана;
- охарактеризовать проект;
- осуществить маркетинговую и производственную оценку проекта;
- составить инвестиционный, организационный и финансовый планы проекта;
- рассчитать экономическую эффективность инвестиционного проекта и дать оценку рисков инвестиционного проекта.

Теоретической базой служили литература отечественных и зарубежных авторов по проблемам составления бизнес плана, привлечения инвестиций, инвестиционной привлекательности и оценки инвестиционных проектов. Кроме того, использовались данные периодической печати.

Информационными источниками выступали данные аналогичных организаций, Интернет ресурсы.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, расчетно-аналитической части, заключения и библиографического списка.

Первая глава содержит теоретические основы бизнес планирования. Раскрыта сущность бизнес планирования, показаны показатели бизнес-плана и сравнение разных методик составления бизнес плана.

Во второй главе проводится анализ инвестиционной привлекательности проекта, в котором приведены инвестиционные и текущие затраты, оценена его эффективность простыми и дисконтированными методами, а также рассмотрены риски проекта.

Практическая значимость работы видится в использовании полученного плана создания автомоечного комплекса «Чистый лев» в качестве коммерческого предложения в процессе проведения переговоров с потенциальными инвесторами и кредиторами.

# 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БИЗНЕС–ПЛАНИРОВАНИЯ

## 1.1 Сущность бизнес–планирования

Для того чтобы быть уверенным в выгодности вложенных свободных средств или в рентабельности при открытии нового бизнеса необходимо составлять бизнес план. Кроме того, бизнес план помогает увидеть, как вложенные средства будут использоваться и сколько прибыли новое дело может принести.

Бизнес планом называют документ, в котором новый проект представлен в мельчайших деталях, оценена эффективность планируемых мероприятий и дан ответ на вопрос о целесообразности вложения средств.

По экономическому словарю мега энциклопедии бизнес-план - внутрифирменный документ, представляющий основные аспекты разрабатываемого коммерческого мероприятия, анализ возникающих проблем, возможные «препятствия» и методы их преодоления, показатели-индикаторы, по которым целесообразно слежение за текущим состоянием дел. Служит основанием для предоставления кредита. Является средством анализа коммерческого проекта на его реалистичность и эффективность. Разработка бизнес-плана осуществляется по принципу «первого руководителя» и личного участия руководителя фирмы или предпринимателя [24].

По словарю для малого бизнеса бизнес-план – программа организации рыночной сделки, система мер в предпринимательстве, направленная на получение прибыли. При составлении бизнес-плана должны учитывать все возможные препятствия при его осуществлении. Главным в составлении бизнес-плана является четкое определение цели и задач проекта и возможности его реализации. Бизнес-план составляется либо собственными силами компании, либо с помощью специализированной организации: торговой палаты, отраслевой ассоциации или фондов [18].

В учебнике под редакцией Букина дается такое определение бизнес-плана – выработанный на основе инвестиционного проекта документ, содержащий

информацию о направлениях целесообразной и эффективной деятельности; вероятный прогноз развития[15].

Жданов С.А. определяет бизнес-план как программу деятельности предприятия, план конкретных мер по достижению конкретных целей деятельности компании, включающей оценку ожидаемых расходов и доходов. Разрабатывается на основе маркетинговых исследований[10].

Виссема считает, что бизнес-план – это план действий конкретного вида предпринимательской деятельности, который основан на базе стратегического анализа и одного или более стратегических решений. В план входит перечень целей предпринимательской деятельности, которые должны быть достигнуты в будущем (в кратко- или среднесрочном периоде) и указаны способы достижения этих целей[3].

Матанцев А.Н. определяет бизнес-план как документ, на основе которого осуществляется планирование предпринимательской деятельности. В зависимости от цели разработки бизнес-плана его структура, состав, количество и содержание разделов могут быть различными. Бизнес-план разрабатывается для обоснования нового проекта, организации нового бизнеса, для привлечения инвестора, обоснования целесообразности и выгоды вложения средств в развитие данного бизнеса; для восстановления платежеспособности и финансового оздоровления предприятия; для планирования деятельности функционирующего предприятия и др. [16]

Итак, все вышеприведенные авторы схожи во мнении, что бизнес план это некий документ, или план действий, в котором отражены различные аспекты деятельности организации.

Но бизнес план целесообразно рассматривать несколько шире. Так – это не только план действий, это обоснование показателей инвестиций и расчет рентабельности, это оценка возможных рисков и направления из минимизации.

В этой связи бизнес-план должен:



- показать, что для каждого продукта или услуги найдутся потребители, определить границы и возможности рынка сбыта и возможные направления его развития;
- определить расходы, которые потребуются для производства и реализации продукции, выполнения на рынке работ или оказания услуг;
- оценить на сколько будущее производство будет прибыльно и показать его эффективность для предприятия (инвестора), для местного, регионального и государственного бюджета.

Бизнес-план информативен по следующим категориям:

- является инструментом, с помощью которого предприниматель может оценить фактические результаты деятельности за определенный период;
- может быть использован для разработки концепции ведения бизнеса в перспективе;
- выступает инструментом привлечения новых инвестиций;
- является инструментом реализации стратегии предприятия.

Одним из важнейших этапов процесса планирования является составление бизнес-плана, необходимого как для внутрифирменного планирования, так и для обоснования получения денежных средств из внешнего источника, т. е. получения денег под конкретный проект в виде банковских ссуд, бюджетных ассигнований, долевого участия других предприятий в осуществлении проекта.

Стандартный бизнес-план включает в себя следующие основные разделы:

1. Обзорный раздел (резюме). Резюме является наиболее важной частью бизнес плана, поскольку он кратко отражает сущность проекта. Резюме необходимо составить таким образом, чтобы сразу вызвать интерес у потенциального инвестора к предприятию.

Обычно в резюме включают такую информацию как цели и задачи планируемого проекта, описание деятельности компании, объем необходимых инвестиций, показатели эффективности, предполагаемый срок окупаемости вложенных средств и т.д.

2. Описание предприятия. В этом разделе указывают подробную информацию касательно деятельности предприятия. Это может быть информация о видах деятельности, цели и профиль компании, его организационно-правовая форма, технико-экономические показатели, план работы с потенциальными потребителями, перспективные рынки сбыта, конкурентоспособности и специфичности и индивидуальности нового проекта.

3. Описание продукта или услуги. Этот раздел бизнес плана посвящен характеристикам планируемого продукта или услуги. В нем дают описание физических свойств, особенностей использования, привлекательности для клиента, их новизны, степень готовности к выходу на рынок и прочее.

4. Маркетинговая стратегия и анализ рынка. Несомненно, важный раздел, посвящен реализации продукта или услуги. Цель анализа рынка заключается в разъяснении, каким образом планируемый проект будет воздействовать на рынок, каким образом будет взаимодействовать на нем и каким образом будет реагировать на ситуацию, сложившуюся на рынке, чтобы реализовать товар или услугу.

Анализ рынка подразумевает:

- выявление будущего спроса и границ рынка;
- определение конкурентов и других факторов, которые будут воздействовать на темпы развития планируемого бизнеса;
- получение результатов исследования, изучение их и выявление подводных камней;
- составление прогнозируемых объемов продаж;
- описание маркетинговой стратегии данной компании (стратегии сбыта, рекламы и продвижения товара, ценообразования, стимулирования продаж и т. д.).

Маркетинговая стратегия включает:

- технологии и результаты сегментации рынка;
- стратегию ценообразования, прогнозы цен на товары предприятия;
- стратегии охвата рынка;

- стратегии разработки новых товаров;
- выбор ресурсной стратегии;
- выбор методов и способов распространения товаров;
- стратегию стимулирования быта продукции;
- выбор стратегии рекламы товара;
- выбор стратегии развития предприятия на перспективу.

5. Производственный план. План производства заключается в описании общего подхода к организации производства, описании необходимых материалов, способах их закупки, показе особенностей технологического процесса, определении необходимого оборудования, планировании трудовых ресурсов и т.д.

План обновления выпускаемой продукции должен содержать:

- описание научных подходов, систем, принципов, методов и технологии, которые были применены при разработке стратегии обновления выпускаемой продукции;
- технико-экономическое обоснование инвестиционных проектов;
- показатели конкурентоспособности, качества и ресурсоёмкости продукции предприятия и основных конкурентов;
- план НИОКР.

Кроме того, в план производства включают информацию о масштабах изготовления готовой продукции, его реализации и направлениях развития.

6. График выполнения работ. График выполнения (календарный план) работ в рамках проекта должен включать перечень основных этапов реализации проекта и потребности в финансовых ресурсах для их реализации, а также отражать планируемые временные рамки работ на каждом из этапов.

7. Управление и организация. Управление предприятием включает:

- описание основных участников предприятия (предприниматель и его партнеры, инвесторы, члены совета директоров, занимающие ключевые посты сотрудники и т. д.);

- организационная схема компании, показывающая внутренние связи и разделение ответственности в рамках организации;
- порядок подбора, подготовки и оплаты труда сотрудников.

Организация реализации бизнес-плана предусматривает:

- разработку, согласование и утверждение программы реализации стратегических планов;
- организацию учета и контроля выполнения планов;
- мотивацию выполнения планов в установленные сроки, требуемого качества и с намеченными затратами;
- регулирование процесса реализации стратегических планов при появлении изменений во внешней и внутренней среде предприятия.

8. Финансовый план. Финансовый план должен быть согласован с материалами, представленными в остальных частях бизнес-плана, поскольку в нем обобщаются и представляются в стоимостном выражении все разделы бизнес-плана.

Основной частью финансового плана является подробное описание денежных потоков. Это прогнозируемые доходы и расходы. Также в финансовом плане рассчитываются и оцениваются показатели эффективности проекта (срок окупаемости, чистый приведенный доход, внутренняя норма доходности, рентабельность).

9. Оценка рисков. В разделе «Оценка рисков» требуется оценить, какие риски наиболее вероятны для проекта и во что они в случае их реализации могут обойтись

Ответ на вопрос, как минимизировать риски и возможные потери от них, должен состоять из двух частей: описание организационных мер профилактики рисков и изложение программы самострахования или внешнего страхования.

10. Приложение. В данный раздел включаются документы, подтверждающие или дополняющие информацию, которая содержится в бизнес-плане, например, биографии управленческого персонала, результаты исследования рынка,

заклучения аудиторов, фотографии образцов продукции, план производственных площадей, договоры, гарантийные письма.

В разработке бизнес-плана важнейшая часть — финансовая, основанная на анализе и оценке денежных потоков, генерируемых финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, расчете основных показателей их эффективности.

## 1.2 Основные показатели, используемые в бизнес плане

Основной расчетной исходной таблицей в бизнес-плане является план денежных потоков (кэш-фло). Денежный поток – это следующие друг за другом выплаты (оттоки) и поступления (притоки) денег, понимаемые в широком смысле. Как элемент денежного потока выступает доход, расход, прибыль, платеж и др.

Примером денежных потоков может стать отчет о движении денежных средств. Он состоит из трех основных разделов, в которых отражены данные от направлений деятельности предприятия:

- кэш-фло от операционной деятельности;
- кэш-фло от инвестиционной деятельности;
- кэш-фло от финансовой деятельности.

В разделе «кэш-фло» от операционной деятельности» представлены денежные поступления и выплаты, связанные со сбытом, производством, расчетами по налогам, операциями по размещению временно свободных денежных средств. Производственные затраты объединены в две группы: «Суммарные прямые издержки» и «Суммарные постоянные издержки».

Раздел «кэш-фло» от инвестиционной деятельности» отражает движение денежных средств, связанных с инвестиционным периодом реализации проекта (приобретением и продажей активов).

Раздел «кэш-фло» от финансовой деятельности» отражает поступления и выплаты денежных средств по операциям, связанным с финансированием проекта.

Для корректного расчета будущих поступлений и показателей бизнес-плана применяется дисконтирование.

Дисконтирование является универсальной методикой приведения будущих денежных потоков к настоящему моменту, основанной на понятиях сложных процентов. Формула дисконтированной текущей стоимости денежных потоков выглядит следующим образом:

$$PV = \frac{CF_1}{1+r} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_N}{(1+r)^N} = \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+r)^t},$$

где  $CF_t$  - чистый денежный поток для t-го периода,  
r - ставка дисконтирования,  
N - число периодов.

Основные показатели, используемые при оценке эффективности бизнес-плана:

- чистая приведенная стоимость (чистый приведенный доход) – NPV;
- период окупаемости – PBP;
- индекс прибыльности – PI;
- внутренняя норма рентабельности – IRR.

Чистая приведенная стоимость (чистый приведенный доход) – NPV рассчитывается как разница между приведенными прогнозируемых денежными потоками к настоящему периоду и планируемыми инвестициями, по следующей формуле (1):

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - IC; \quad (1.1)$$

где  $CF_t$  – чистый денежный поток для  $t$ -го периода,  
 $IC$  – начальные инвестиции,  
 $r$  – ставка дисконтирования (стоимость капитала, привлеченного для инвестиционного проекта).

В случае, когда приведенные денежные потоки больше первоначальных инвестиций,  $NPV$  принимает положительное значение и считается, что данное вложение капитала является эффективным.

Период окупаемости –  $PBP$  это срок, в течение которого доходы от проекта покрывают затраты на инвестиции. Этот показатель рассчитывается последовательно. Для каждого периода проекта определяется  $NPV$ , и в том периоде, когда  $NPV$  принимает положительное значение, будет достигаться окупаемость.

Индекс прибыльности (Profitability Index,  $R$ ) рассчитывается по следующей формуле (2):

$$R = \frac{NPV}{IC}, \quad (1.2)$$

где  $NPV$  – чистый денежный поток для  $i$ -го периода,  
 $IC$  – начальные инвестиции

При значениях  $R > 1$  считается, что данное вложение капитала является эффективным.

Внутренняя норма рентабельности –  $IRR$  (Internal Rate of Return,  $IRR$ ) определяет максимальную стоимость привлекаемого капитала, при которой инвестиционный проект остается выгодным. В другой формулировке, это средний доход на вложенный капитал, обеспечиваемый данным инвестиционным проектом, т.е. эффективность вложений капитала в данный проект равна эффективности инвестирования под  $IRR$  процентов в какой-либо финансовый инструмент с равномерным доходом.

$IRR$  рассчитывается как значение ставки дисконтирования, при которой  $NPV=0$ . Как правило, значения  $IRR$  находят либо графическими методами

(построив график зависимости NPV от ставки дисконтирования), либо с помощью специализированных программ. IRR не всегда может быть корректно получен из уравнения  $NPV=0$ , при определенных значениях денежных потоков это уравнение может не иметь решений или иметь несколько решений. В таких ситуациях IRR проекта считается неопределенным. Для того, чтобы исключить эти сложности, иногда используется модифицированная внутренняя норма рентабельности, хотя этот показатель распространен значительно меньше, чем IRR.

Точка безубыточности.

Хорошим материалом для представления финансового раздела бизнес-плана служит расчет точки безубыточности и его графическая интерпретация.

Точка безубыточности - точка равновесия выгод и издержек (BEP) определяет границы убыточности и прибыльности инвестиционного проекта. Она показывает, при каком объеме продаж достигается окупаемость затрат. Безубыточность будет достигнута при таком объеме чистого дохода, который равен общей сумме текущих постоянных и переменных затрат.

Безубыточность является обязательным условием для реализации всех коммерческих проектов. В финансовую часть бизнес-плана целесообразно включать анализ безубыточности, который демонстрирует, каким должен быть объем продаж, чтобы компания могла без посторонней помощи выполнять свои обязательства.

Наиболее удобной формой является представление в бизнес-плане схемы достижения безубыточности в виде графика, наглядно показывающего зависимость прибыли от:

- объемов производства (продаж);
- издержек производства (обращения);
- цены продукции.

Точка безубыточности — объём производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль.



Определяется точка безубыточности в натуральном и стоимостном видах:

$$Q_{кр} = \frac{FC}{P - AVC} \text{ — в натуральном выражении}$$

$$Q_{кр} = \frac{B * FC}{B - VC} \text{ — в стоимостном выражении}$$

(1.3)

где FC – общие постоянные издержки;  
VC – общие переменные издержки;  
P – цена продукции;  
AVC – средние переменные издержки;  
B – выручка в стоимостном выражении.

Расчет точки безубыточности помогает:

- 1) определить критический для фирмы минимальный объем продаж, после которого возможно получение прибыли;
- 2) провести финансовый анализ бизнес-плана инвестиционного проекта;
- 3) оценить предпринимательский риск.

На рисунке 1.1 точка безубыточности находится на пересечении линий «Выручка от реализации» и «Постоянные + Переменные издержки».

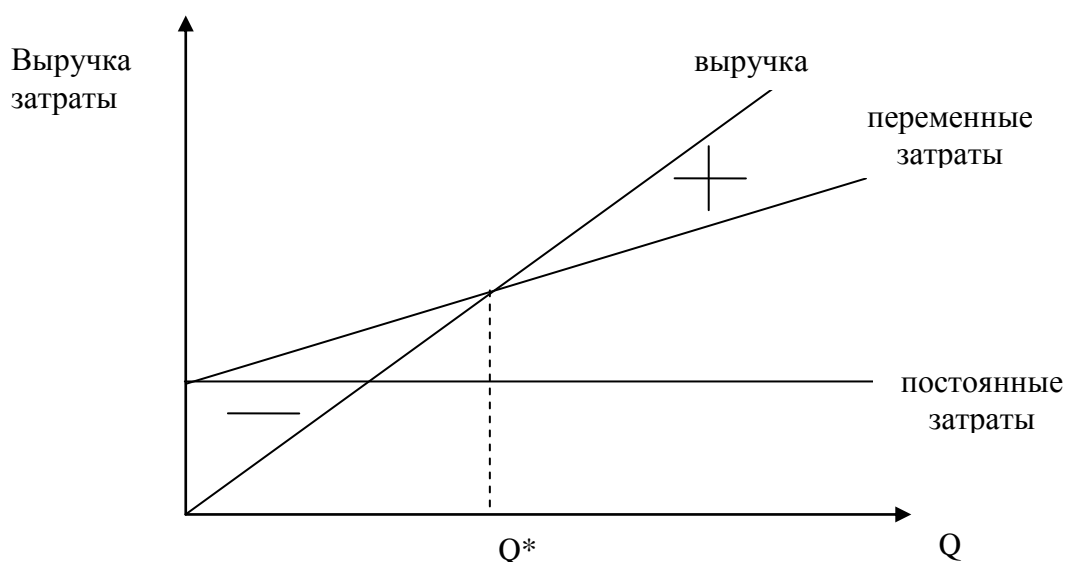


Рисунок 1.1 – График точки безубыточности организации

### 1.3 Сравнение отечественных и иностранных методик бизнес-планирования

Исследуя существующие методики по разработке инвестиционных бизнес-планов, необходимо отметить возрастающую популярность зарубежных методик. Наиболее востребованы следующие методики по разработке инвестиционных бизнес-планов:

- 1) методика UNIDO (Организации Объединенных Наций по промышленному развитию);
- 2) методика ЕБРР (Европейского банка реконструкции и развития);
- 3) методика, разработанная в рамках программы ТАСИС (программа «технического содействия»).

Охарактеризуем международные организации UNIDO и ЕБРР, а также программу ТАСИС и отметим их значимость для российских разработчиков инвестиционных бизнес-планов.

Методика UNIDO важна и востребована российскими инвесторами и разработчиками инвестиционных бизнес-планов, поскольку приравнивается к международному стандарту формирования бизнес-плана.

Кроме того, структура бизнес-плана, предлагаемая UNIDO, используется российскими разработчиками прикладных программных продуктов (Project Expert) (приложение А).

В целях улучшения инвестиционного климата, упрощения бизнес-планирования ЕБРР разработали предлагает к использованию структуру бизнес-плана [4].

Программа ТАСИС – это инициатива Европейского союза, разработанная для совместной работы с СНГ и Монголией, которые стремятся к созданию гармоничной экономики и укреплению политических связей между ЕС и партнерскими странами.

Механизм реализации программы построен на выделении Европарламентом субсидий на принципах безвозмездного финансирования для передачи, прежде

всего, ноу-хау, знаний и управленческих технологий, способных облегчить странам-партнерам процесс формирования институтов цивилизованной рыночной экономики и демократического общества, а также вхождение в мировой рынок товаров и услуг.

Сравнивая структуры инвестиционных бизнес-планов, разработанных UNIDO, ЕБРР, ТАСИС, необходимо отметить, что структура, предлагаемая ЕБРР, – наиболее лаконичная и емкая по содержанию. При этом акцентировано внимание на деятельности уже существующего предприятия, появляется возможность разработки направлений развития действующего предприятия. Структура инвестиционного бизнес-плана, предлагаемая ТАСИС, на взгляд авторов, чрезмерно разветвленная и не отвечает потребностям российского инвестора. Наиболее оптимальной для отечественных условий функционирования является структура инвестиционного бизнес-плана по UNIDO, которая также учитывается в отечественных программных продуктах, что позволяет разработчику инвестиционного бизнес-плана снизить трудоемкость его формирования. Кроме того, структура по UNIDO логично встраивается в последовательность работ по формированию инвестиционного бизнес-плана в рамках использования информационных технологий как соответствующего инструментария

Необходимо отметить, что исследование российских методических разработок по формированию инвестиционных бизнес-планов показало: требования ЮНИДО наиболее полно отражены в методических рекомендациях по подготовке инвестиционных предложений для представления потенциальным инвесторам.

Исследуя российские методические рекомендации, необходимо также отметить разработанный Правительством РФ макет инвестиционного бизнес-плана, представляемого претендентом в составе заявки на финансирование из бюджета развития РФ [2], который используется в основном при привлечении бюджетного финансирования в рамках реализации инвестиционного бизнес-плана.

Проведем сравнение структуры инвестиционного бизнес-плана в соответствии с различными российскими методиками его формирования (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Структура инвестиционного бизнес-плана в соответствии с российскими методиками его формирования

№ раздела	Методические рекомендации по подготовке инвестиционных предложений для представления потенциальным инвесторам	Требования к бизнес-плану и рекомендации по его составлению, разработанные Федеральным фондом поддержки малого предпринимательства (ФФМП)	Макет инвестиционного бизнес-плана, представляемого претендентом в составе заявки на финансирование из Бюджета развития РФ
1	Резюме	Обзорный раздел (резюме)	Вводная часть или резюме проекта
2	История компании и собственность	Описание предприятия	Анализ положения дел в сфере
3	Продукты и/или услуги	Описание продукции (услуг)	Производственный план
4	Управленческий и производственный персонал	Анализ рынка	План маркетинга
5	Описание сферы, рынка и конкурентоспособность	Производственный план	Организационный план
6	Операции компании	План сбыта	Финансовый план
7	Финансовая история	Финансовый план	-
8	Стратегический план	Анализ чувствительности проекта	-
9	Факторы риска и Стратегия снижения рисков	Экологическая и нормативная информация	-
10	Прогноз финансового состояния	Приложения	-
11	Потребность в финансировании	-	-
12	Корпоративное управление	-	-
13	Правительственная поддержка и законодательство	-	-
14	Финансовое предложение	-	-
15	Краткое резюме (Summary)	-	-
16	Приложения (Appendices)	-	-

Таким образом, выбор той или иной структуры инвестиционного бизнес-плана во многом зависит от целей, которые ставит его разработчик. Если инвестиционный бизнес-план необходим субъекту малого бизнеса, то следует

использовать структуру и рекомендации по его составлению, разработанные ФФПМП. Если преследуется цель – получение бюджетного финансирования, то необходимо прибегнуть к макету инвестиционного бизнес-плана, представляемого претендентом в составе заявки на финансирование из бюджета развития РФ.

Исследование показало, что в иных случаях при представлении инвестиционного бизнес-плана потенциальному инвестору целесообразно использовать методические рекомендации по подготовке инвестиционных предложений, являющиеся универсальными, включающими развернутую, подробную структуру инвестиционного бизнес-плана и соответствующие международным требованиям положения, что крайне важно в современных условиях глобализации экономики.

#### Выводы по разделу один

Бизнес план представляет собой документ, который подробно обосновывает новый проект и позволяет исчерпывающе оценить эффективность принятых решений, планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект.

Бизнес план содержит в себе следующие разделы: обзорный раздел (резюме), описание предприятия, описание продукции или услуг, анализ рынка и маркетинговая стратегия, производственный план, график выполнения работ, управление и организация, финансовый план и оценка рисков.

Основной расчетной исходной таблицей в бизнес-плане является план денежных потоков. Для корректного определения будущих потоков применяется метод дисконтирования. Также бизнес-план включает в себя расчет и оценку таких показателей: чистая приведенная стоимость (чистый приведенный доход), период окупаемости, индекс прибыльности, внутренняя норма рентабельности.

В настоящее время имеется множество методик составления и разработки бизнес-планов. Зарубежные методики включают в себя: UNIDO (ЮНИДО),

ЕБРР(Европейский банк реконструкции и развития), BFM Group, TACIS (Technical Assistance for the Common wealth of Independent States) и др.

Отечественные методики: МЭРТ РФ (Министерство экономического развития и торговли РФ), требования к бизнес-плану и рекомендации по его составлению, разработанные Федеральным фондом поддержки малого предпринимательства (ФФПМП), Макет инвестиционного бизнес-плана, представляемого претендентом в составе заявки на финансирование из Бюджета развития РФ и др.

## 2 БИЗНЕС ПЛАН ОТКРЫТИЯ АВТОМОЕЧНОГО КОМПЛЕКСА

### «ЧИСТЫЙ ЛЕВ»

#### 2.1 Описание услуг

Данный бизнес проект представляет собой план организации автомоечного комплекса «Чистый лев» с оценкой его экономической эффективности.

Автомоечный комплекс (или автомойка) – организация, осуществляющая мойку автомобилей и оказывающая сопутствующие услуги (чистку салона, полировку, удаление битумных пятен, мойку двигателя и др.).

Автомойки бывают ручные и автоматические. Автоматические автомойки подразделяются на: туннельные и порталные. Однако стоит отметить, порталные мойки идеально подходят для Европы, но не для России. Дело в том, что в Европе дороги очень чистые, поэтому машины так не загрязняются, как в РФ. Портальные автомойки оставляют неубранную в труднодоступных местах грязь, мутные стёкла и следы грязных разводов на кузове. Это их основной недостаток.

Также автомойки можно подразделить на обычные и мойки самообслуживания. В обычных автомоечных комплексах мойку автомобилей осуществляет специально нанятый и обученный персонал комплекса. В автомойках самообслуживания владелец (или просто водитель) моет и чистит автомобиль самостоятельно, используя оборудование комплекса.

В европейских странах, где автомойки самообслуживания начали активно строиться с начала века, их доля сегодня порядка 50%. И при этом, благодаря высокому спросу на услугу, продолжает увеличиваться. По России данный показатель пока около 5%, что дает основание говорить о том, что в ближайшие годы будет наблюдаться активное строительство подобных моечных комплексов[9].

Автоматические мойки очень популярны в Европе, с тем качеством дорог, о котором в России, увы, пока приходится только мечтать. В России авто часто

загрязняются так сильно, что ни одна порталная или туннельная мойка не сможет качественно очистить. К тому же, как известно, вращающиеся щетки автоматических моек при наличии на поверхности песка и других твердых (абразивных) частиц часто травмируют лакокрасочное покрытие. Таковы естественные «региональные ограничения».

Второй фактор – экономический. Как показывает практика, достаточно крупные финансовые средства, вложенные в открытие туннельной или порталной мойки, окупаются только через 6-7 лет. Мойка самообслуживания дешевле и обеспечивает возврат капиталовложений за 1,5-2 года.

Популярность автомоек самообслуживания среди пользователей – в их доступной цене: своими руками машину можно помыть за 100-150 рублей. Та же операция руками профессионального автомойщика обойдется в 300-600 рублей. Львиная доля людей, естественно, не захочет переплачивать. Однако бывают ситуации, когда нет возможность помыть авто самостоятельно (например, проблемы со здоровьем). Тогда – путь на мойку полного сервиса.

Таким образом, мойки самообслуживания являются достаточно перспективным продуктом в сфере автомоечного бизнеса. При грамотном выборе места расположения данного типа мойки (вблизи гипермаркетов, торговых центров, автозаправок, автодилеров, автомоек, парковок) и с учётом пониженных цен на услуги, можно добиться успеха в этой сфере за короткий срок.

Итак, автомойки самообслуживания могут иметь разное оснащение и размеры. Их объединяет один важный фактор – отсутствие обслуживающего персонала. Автомоечные комплексы представляют из себя следующее. В помещении устанавливают специальную конструкцию, чем-то напоминающую навес, разделенный на несколько блоков. В каждом отдельном боксе находится оборудование для мойки автомобилей. Кроме того, здесь устанавливаются терминалы, с помощью которых клиент может оплатить услугу. Чтобы получить доступ к пылесосу и другому оборудованию, нужно приобрести жетон на определенное время либо на одну мойку.



Планируется организовать автомоечный комплекс с названием «Чистый лев» в городе Челябинске. По форме организации предприятие будет иметь форму общества с ограниченной ответственностью – ООО «Чистый лев».

Предлагаемые услуги моечного комплекса «Чистый лев» состоят из основного и дополнительных видов. Основная услуга – это мытье автотранспортного средства самостоятельно, используя оборудование комплекса. Дополнительные услуги – пылесос салона и багажника, сжатый воздух (для продувки замков), покрытие воском. Дополнительные услуги также осуществляются самостоятельно, за дополнительную плату.

Поскольку клиенты моют свои машины самостоятельно, нет необходимости нанимать много сотрудников. Всю основную работу может выполнять один оператор (для возможности работы в выходные дни нанимаются два человека с посменным графиком работы). В его обязанности будет входить обслуживание оборудования, помощь клиентам и продажа жетонов. Зарплата оператора составляет примерно 20-25 тыс. рублей.

Кроме того, традиционно нанимается бухгалтер для ведения учета и назначается директор – собственник проекта.

Таким образом, планируемый штат сотрудников представлен в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Штатное расписание автомойки «Чистый лев»

Должность	Количество человек	Оклад, руб.	Расходы на оплату труда, руб. в месяц
Директор	1	40 000	40 000
Оператор	2	25 000	50 000
Бухгалтер	1	13 000	13 000
Итого	4	-	103 000

Итак, для организации и работы автомоечного комплекса «Чистый лев» потребуется персонал из 4-х человек. Расходы на оплату труда составят 103 тыс. руб. (134,93 тыс.руб. с отчислениями) в месяц.

Таким образом, проект создания автомоечного комплекса имеет перспективное будущее. Поскольку требует меньше капиталовложений, быстро

окупается, популярен среди клиентов в силу не дорогостоящих услуг, при низкой себестоимости услуг способен приносить большие прибыли. Кроме того, данный сектор услуг самостоятельной мойки автомобилей находится на стадии становления, рынок не насыщен как в России в целом, так и в Челябинске в частности.

Проект по созданию автомоечного комплекса «Чистый лев» предполагает организацию автомойки самообслуживания. Она будет оказывать услуги по самостоятельному мытью различных автомобилей при помощи специального оборудования. Также автомойка будет предоставлять дополнительные услуги по уборке внутри салона (при помощи пылесоса) и продувке замков и зеркал после мытья. Для этого потребуется нанять 4 человека, затраты на оплату труда составят 135 тыс. руб. ежемесячно.

## 2.2 План маркетинга

План маркетинга — документ, основополагающей частью стратегического плана развития компании, в котором устанавливаются рыночные цели и обозначаются методы их достижения.

Маркетинговый план компании является ключевым при планировании деятельности, наряду с бюджетом, производственным планом, планом продаж. Годовой план предприятия, соответственно, устанавливает общие цели предприятия, однако для работе в конкурентной среде маркетинг - усилия на рынке — являются основной функцией предприятия. В связи с этим, план маркетинга доминирует по значению над другими разделами общегодового плана. Поскольку решения, записанные в маркетинговом плане определяют, что именно предприятие будет производить, по какой цене и где продавать, как рекламировать.

Маркетинговый план фиксирует текущие позиции (место нахождения) предприятия, векторы движения, целевые точки, и, что самое главное, фиксирует

те действия, которые фирма должна предпринять, чтобы попасть в намеченные точки.

Если говорить о построении маркетингового плана в общих чертах, то необходимо предпринять следующие шаги.

#### 1. Определение цели

Если говорить обобщенно, совершенно ясно, что цель любого маркетингового плана – увеличить прибыль настолько, насколько это возможно. Тем не менее, задачу необходимо указать более конкретно. Итак, целью открытия автомоечного комплекса «Чистый лев» является завоевание существенной ниши на рынке услуг по самостоятельной мойке автомобилей.

#### 2. Выявление целевого клиента

Итак, цель ясна, теперь намного легче представить себе – целевого клиента услуги. Таким образом, клиентами автомоечного комплекса «Чистый лев» будут физические и юридические лица (водители автомобилей компаний), не зависимо от возраста, пола, желающие помыть автомобиль самостоятельно.

#### 3. Раскрытие преимуществ продукции или услуг

Так называемое уникальное рыночное предложение – это то, что отличает вновь вводимое от тысячи других. Необходимо определить, что можно предложить такого, чтобы покупатель, отказавшись от десяти других, выбрал услуги именно компании «Чистый лев».

Во-первых, преимуществом будем местоположение автомоечного комплекса. Вблизи отсутствуют потенциальные конкуренты, рядом находится торговый комплекс (большой поток будущих клиентов). Во-вторых, в течение первого месяца работы «Чистый лев», будут предлагаться клиентам карты, позволяющие помыть автомобиль бесплатно. В-третьих, акцент будет сделан на качественной и удобной мойке. Будут закупаться сертифицированное оборудование и химия, будет действовать удобная система бронирования мойки и различные способы оплаты и др.

#### 4. Работа над позиционированием на рынке

Имидж компании – это то, как будут воспринимать автомоечный комплекс не только потребители, но и конкуренты. Позиционирование должно быть ясным и точным. Итак, «Чистый лев» позиционирует себя как мойка с самыми дружелюбными и удобными условиями для ухода за автомобилем с эффективным оборудованием и программным обеспечением.

#### 5. Построение маркетинговой тактики

Итак, все элементы маркетинговой тактики определены выше, их свод и характеристики представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Маркетинговая тактика

Элементы маркетинга	Характеристика
Услуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Удобство и безопасность использования</li> <li>– Мойка высоким давлением</li> <li>– Чистовая промывка</li> <li>– Обработка горячим воском</li> <li>– Промывка холодной водой (деминерализованной) и сушка</li> <li>– Чистка салона автомобиля</li> <li>– Бесплатная консультация по телефону и на сайте комплекса</li> </ul>
Цена	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Доступность цен</li> <li>– Наличный и безналичный расчет</li> </ul>
Место (распределение)	Выгодное местоположение (вблизи торгового комплекса, удаленно от конкурентов, время работы комплекса: 10:00-22:00)
Продвижение	Реклама на маршрутных транспортных средствах, реклама в газете, интернете и рекламных брошюрах
Люди (Клиенты, конкуренты, персонал)	Клиенты: граждане, желающие сэкономить время и деньги. Конкуренты: Автомоечный комплекс «Мою Сам» Сотрудники: Операторы

Под каналами продвижения услуг нового автомоечного комплекса предполагаются:

1. продажа путем принятия заявок посредством сети интернет на официальном сайте компании;
2. принятие заявок по телефону.

В целом маркетинговая политика будет направлена на привлечение новых клиентов, выполнение плана по продажам, подчеркивание индивидуальности услуг «Чистого льва».

Реклама двигатель торговли, а для вновь организованного предприятия – жизненно необходимый элемент. Цель рекламной стратегии – привлечь внимание выше перечисленных потенциальных покупателей, делая акцент на конкурентные преимущества услуг комплекса, как удобного и безопасного по своему исполнению и выполненному самостоятельно.

Задача рекламы – создание образа услуги, как лучшей, создание и закрепление благоприятного имиджа в сознании потребителей, увеличение объема выполняемых услуг. Виды рекламы и затраты на нее приведены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Затраты на рекламные мероприятия

№	Мероприятия	Цели	Сто-сть руб.	Планируемая эффективность
1	Реклама в газетах	Запоминание продукта, узнаваемость, влияние на принятие решения о покупке	5 000	Размещение рекламы в наиболее читаемых газетах
2	Реклама на маршрутных транспортных средствах	Имидж, информация, поиск клиентов	3 000	Обеспечение узнаваемости 100%, влияние на потребителей
3	Реклама в интернете	Позиционирование, узнаваемость, влияние на принятие решения о покупке	2 000	100% при размещении в поисковиках и на сайте компании
	Итого		10 000	

Итак, затраты на проведение рекламных маркетинговых мероприятий составят 10 000 руб. на полный год работы автомоечного комплекса. Все запланированные мероприятия рассчитаны как наиболее эффективное привлечение потенциальных и возможных потребителей.

## 2.3 План производства

Чтобы открыть мойку самообслуживания с нуля, которая будет приносить хороший доход, необходимо правильно выбрать ее месторасположение. Это очень важный фактор, от которого во многом зависит целесообразность и рентабельность бизнеса. Если открыть такое предприятие в неудачном месте, оно может стать убыточным и со временем обанкротится. Раньше автомойки располагали во дворах многоэтажных домов, поскольку аренда помещения в таком месте стоит намного дешевле. Сегодня они появились вдоль трассы, что намного выгоднее и удобнее. Самый лучший вариант – это мойка, расположенная сразу за светофором. Ожидая зеленый свет, водитель успевает рассмотреть все окрестности, поэтому обязательно заметит автомойку.

Итак, в Челябинске на данный момент действуют 3 автомойки самообслуживания («Clean Nika», «Мою сам» и автомойка самообслуживания на северо-западе города). Кроме того, существует автомоечный комплекс «Академический», который кроме обычного вида мойки предлагает возможность помыть автомобиль самостоятельно.

Как показала практика, все имеющиеся автомойки располагаются на северо-западе города Челябинска. В других районах города моек самообслуживания нет. Именно поэтому целесообразно выбирать место, например, в Ленинском районе города. Это место, где большой поток автомобилей, потому что в этом районе находится большое количество заводов – жители едут на работу и обратно. Также в этом районе проходит объездная магистраль «Меридиан» и шоссе на город Копейск.

Кроме того, недалеко располагается торгово-развлекательный центр «Алмаз». Схематично приблизительное расположение проекта моечного комплекса «Чистый лев» представлено на рисунке 2.1.

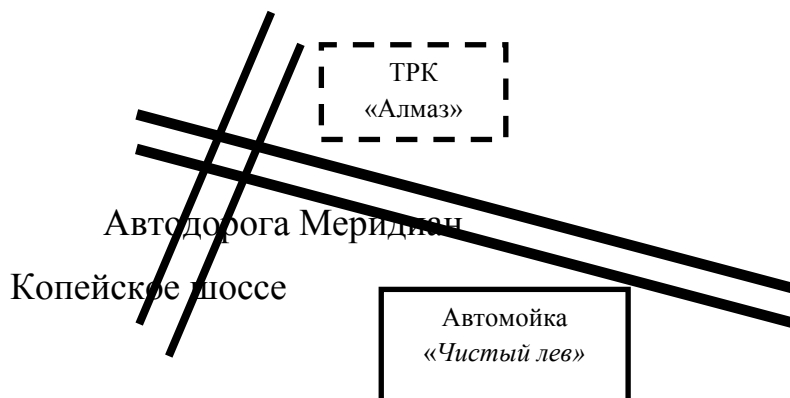


Рисунок 2.1 – Схема местоположения предлагаемого проекта автомоечного комплекса

Планируется автомойка на 4 поста, т.е. одновременно мыться смогут 4 автомобиля. Максимальная пропускная способность таких постов 600 машин за 12 ч.

Далее необходимо рассчитать ожидаемые доходы.

Оплатить автомойку можно двумя способами: купить жетоны или карту.

Жетон стоит для клиента 50 рублей, который позволяет ему заказать одну короткую процедуру, как правило, одной процедуры не достаточно. Поэтому по жетонам с каждого клиента можно получить 100 руб. Максимальная пропускная способность автомоечного комплекса 600 машин в сутки. Тогда ожидаемый доход составит

$600 \text{ машин} * 100 \text{ руб.} = 60\,000 \text{ руб. в сутки.}$

$60\,000 \text{ руб.} * 30 \text{ дней} = 1\,800\,000 \text{ руб. в месяц.}$

При загрузке автомоечного комплекса «Чистый лев» на 50% доходы составят 900 000 руб. в месяц ( $1\,800\,000 * 50\%$ ).

За год доходы могут достигнуть суммы:

$900\,000 \text{ руб. в месяц} * 12 \text{ месяцев} = 10\,800\,000 \text{ руб. при } 50\% \text{ загрузке.}$

С картой немного по-другому. Клиент покупает карту за 50 руб. затем пополняет ее на любую сумму. И услуги мойки автомобиля оплачиваются в зависимости от времени, которое потребовалось для мытья по тарифу:

- 10 руб. за минуту использования воды
- 15 руб. за минуту использования активной пены.

В среднем на мойку одного автомобиля уходит 20 минут, из них 5 минут на ожидание, 5 минут пользование активной пеной и 10 минут пользование водой. Иными словами, мойка одного автомобиля приносит доход:

$10 \text{ минут} * 10 \text{ руб. в минуту за воду} + 5 \text{ минут} * 15 \text{ руб. за пену} = 100 + 75 = 175 \text{ руб.}$

За сутки 600 машин по 175 руб. с каждой могут принести доход:

$600 * 175 = 105\,000 \text{ руб.}$

В месяц  $105\,000 * 30 = 3\,150\,000 \text{ руб.}$  при максимальной загрузке автомоечного комплекса «Чистый лев».

Допустим, что автокомплекс «Чистый лев» загружен на 50%, т.е. машинопоток составляет 300 шт. в сутки, а не 600. Из них 50% пользуются жетонами, 50% - картами. Тогда ожидаемый доход в месяц составит:

$(150 \text{ машин} * 100 \text{ руб.} * 30 \text{ дней}) + (150 \text{ машин} * 175 \text{ руб.} * 30 \text{ дней}) = 450\,000 \text{ руб.} + 787\,500 \text{ руб.} = 1\,237\,500 \text{ руб.}$

За год

$1\,237\,500 * 12 \text{ месяцев} = 14\,850\,000 \text{ руб.}$

## 2.4 Инвестиционный план

Первоначальные расходы – это затраты, связанные с началом работы автомоечного комплекса. Они включают в себя издержки в связи с регистрацией юридического лица, взносом в уставный капитал, аренда земли, приобретение специального оборудования, создание сайта компании и возможные непредвиденные расходы.

Таким образом, первоначальные затраты, связанные с началом работы проекта автомоечного комплекса «Чистый лев», представлены в таблице 2.4.



Итак, по таблице 2.4 видно, что сумма инвестиционных затрат равна 1 001 000 руб. (далее для расчетов будет приниматься сумма 1 млн.руб.).

Таблица 2.4 – Инвестиционные затраты по проекту автомоечного комплекса «Чистый лев»

Наименование расходов	Сумма, руб.
Регистрация юридического лица	4 000
Взнос в уставный капитал	10 000
Аренда земли	180 000
Приобретение оборудования (с доставкой и монтажом)	680 000
Создание и обслуживание официального сайта компании	27 000
Непредвиденные расходы	100 000
Всего инвестиционные расходы	1 001 000

Финансироваться проект будет за счет заемных средств. Предполагается использовать кредит в ПАО «Промсвязьбанк» на сумму 1 млн. руб. сроком на 1 год под 18% годовых.

Размер аннуитетных платежей, которые включают в себя сумму процентов и сумму основного долга, определяется по формуле:

$$\text{Платеж} = \text{СК} * \left( \% + \frac{\%}{((1+\%)^{\text{КП}} - 1)} \right), \quad (2.1)$$

где СК – сумма кредита;  
 % - процентная ставка;  
 КП – количество периодов.

Платеж ежемесячный, поэтому количество периодов (КП) в месяцах, и годовая процентная ставка переведена в ежемесячную.

$$\% = 0,18 * 1 / 12 = 0,015$$

Период 1 год = 12 месяцев.

Сумма кредита 1 000 000 руб.

Тогда аннуитет равен:

$$\text{Платеж} = 1000000 * (0,015 + \frac{0,015}{((1 + 0,015)^{12} - 1)}) = 91\,679,99$$

За год сумма платежей составит  $91\,679,99 * 12 = 1\,100\,159,91$  руб.

Переплата составляет  $1\,100\,159,91 - 1\,000\,000 = 100\,159,91$  руб.

Также мойке требуются расходные материалы – активная пена, автошампуни, ветошь для протирки и др.

Самым затратным видом материалов будет активная пена, используемая как средство бесконтактной мойки автомобиля. Активная пена – отдельная разновидность автокосметики, не стоит путать ее с простым автошампунем. Уникальные свойства и особый состав позволяют ей растворять самые сложные загрязнения при этом не оказывая ровным счетом никакого воздействия на лакокрасочную поверхность автомобиля. Количество моющего средства, расходуемое на один автомобиль зависит от оборудования, которое используется на мойке (например, для средне концентрированной пены российского производства соотношение для бесконтактной мойки с использованием компрессора составит 1:20-30, для пеногенератора 1:1. В тоже время более концентрированный состав может разводиться и 1:50-70) и от времени года (зимой концентрация, как правило увеличивается, а вместе с ней и расход).

Как правило, расход средства средней концентрации на один автомобиль составляет 70-100 грамм. Значит, одной канистры объемом 20 л хватит примерно на 200 автомобилей. Максимальная пропускная способность 4-х постной мойки составляет 600 машин в сутки. Иными словами при полной загрузке мойки в сутки потребуется  $600 / 200 = 3$  канистры активной пены объемом 20 л. В месяц потребуется  $3 * 30 = 90$  канистр объемом 20 л. Цена одной канистры варьируется от 1000 до 1700 руб. средняя цена составляет 1 300 руб. Таким образом, в месяц потребуется  $90 * 1\,300 = 117\,000$  руб. расходов для приобретения активной пены.

Кроме этого, потребуются другие расходные материалы – это возможные запасные части к оборудованию и другое. Примерно составит сумму 3 000 руб. в

месяц. Итак, сумма затрат на материалы будет равна  $117\,000 + 3\,000 = 120\,000$  руб. в месяц.

Кроме этого, предприятие ООО «Чистый лев» будет нести обязательные платежи – это заработная плата сотрудников, оплата коммунальных платежей, расходы на рекламу, налоговые и прочие платежи. Их оценка представлена в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Оценка расходных материалов для автомоечного комплекса

Наименование расходов	Стоимость, руб. в месяц	Сумма, руб. в год
Заработная плата сотрудников (с отчислениями)	135 000	1 620 000
Расходные материалы	120 000	1 440 000
Коммунальные платежи	10 000	120 000
Прочие расходы (в том числе реклама)	5 000	60 000
Платеж по кредиту	91 679,99	1 100 159,91
Всего расходы	361 679,99	4 340 159,91

Таким образом, расходы в первый год работы автомоечного комплекса «Чистый лев» составят 4 340 159,91 руб.

## 2.5 Организационный план

Первыми расходами будут затраты на регистрацию юридического лица. ИП (индивидуальный предприниматель) и ООО (общество с ограниченной ответственностью) — это две самые распространенные формы бизнеса, которые имеют между собой довольно много отличий.

Основное отличие ИП от ООО заключается в правовом статусе. ИП — это человек, который зарегистрировался в качестве предпринимателя. У ИП нет отдельного имущества, поэтому в случае банкротства придется пожертвовать личными вещами. ООО — отдельное юридическое лицо, со своими правами,

обязанностями и имуществом. Принято считать, что в случае банкротства ООО вы рискуете только уставным капиталом (минимум 10 000 рублей). Но на самом деле риск больше. Государство предусмотрело субсидиарную ответственность: при банкротстве компании рассчитаться по долгам придется директору и собственникам.

Все ООО обязаны вести бухучёт — составлять проводки, чтобы отразить каждую операцию на счетах бухучёта, и в конце года сдавать бухгалтерскую отчётность.

В отличие от ООО ИП не ведут бухучёт. А ИП на специальных режимах налогообложения — УСН, ЕНВД или патенте. Один налог заменяет несколько, и нужно сдавать один простой отчёт.

ИП - это физическое лицо, предприниматель может как угодно распоряжаться заработанными деньгами и в любой момент взять выручку для личных нужд. В случае с ООО так делать нельзя, ведь это доходы компании и расходовать их можно только на оправданные цели. Учредитель ООО сможет получить доход в виде дивидендов. Их можно выплачивать не чаще, чем раз в квартал и только при наличии чистой прибыли по данным бухучета. С дивидендов необходимо заплатить 13 % НДФЛ.

Все индивидуальные предприниматели обязаны платить фиксированные страховые взносы в ПФР за себя. Если ИП решил временно приостановить деятельность, страховые взносы необходимо перечислять даже при отсутствии дохода.

В отличие от ИП организация платит страховые взносы только с зарплат своих сотрудников. В случае приостановки деятельности на отчислениях можно будет сэкономить, нет зарплат — нет взносов.

Исходя из вышеизложенного и в связи с тем, что планируется проект развить в крупную компанию, предполагается работать с престижными контрагентами, привлекать инвесторов, целесообразным считается зарегистрировать ООО. Затраты составят 4 000 руб. – гос. пошлина за регистрацию юридического лица ООО.

Итак, проектируется автомоечный комплекс ООО «Чистый лев» с одним учредителем и уставным капиталом 10 тыс.руб.

Далее самыми существенными затратами будет приобретение участка земли под автомойку. Планируется автомойка на 4 поста, т.е. одновременно мыть можно будет 4 автомобиля. Для такого оборудования требуется территория площадью 150 м<sup>2</sup>. Поскольку покупка земли в собственность проблематична, планируется брать в аренду.

Цена аренды участка составляет 100 руб за 1 кв.м. в месяц. Таким образом, аренда земли обойдется в  $100 * 150 * 12 = 180\,000$  руб. в год (или 15 000 руб. в месяц).

Также потребуется оплатить подготовительные работы и строительство место под необходимое оборудование. На рисунке 2.2 представлена автомойка «в разрезе».

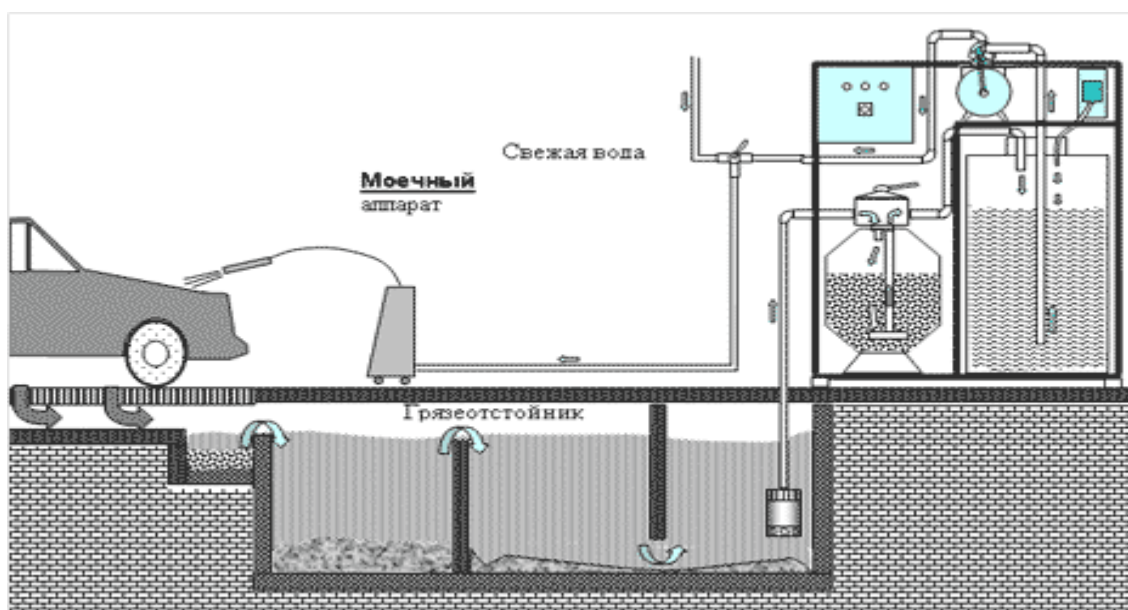


Рисунок 2.2 – Схематичный обзор работы автомойки самообслуживания

Как видно из рисунка 2.2, потребуется строительство подземной части с лотками, отстойниками и подключение к канализации. Некоторые поставщики оборудования для автомоек осуществляют их монтаж вместе со всеми подготовительными работами. Поэтому отдельно выносить и оценивать данные расходы не целесообразно.

Итак, модульная 4-постовая мойка предназначена для местоположения со средней и большой интенсивностью мойки в средних городах, микрорайонах, рядом с супермаркетами. Характеристики модульного поста представлена в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Технические характеристики 4-х постовой мойки самообслуживания

Общие сведения			
вид:	Модульная мойка	код:	CWM4
кол-во постов:	4	кол-во программ:	5 (6)*
топливо:	газ/масляное топливо/пропан	давление мойки:	90-120 бар
макс. пропускная способность:	600 машин / 24 ч	инновации:	система NET Control, система солнечных батарей
Строительные данные			
поверхность:	135 м <sup>2</sup>	мин. участок	540 м <sup>2</sup>
потребность воде:	59,4 л/мин (3,6 м <sup>3</sup> /ч)	макс. сток воды:	3,6 м <sup>3</sup> /ч
электроэнергия:	22,3 кВт	сток воды 20 %:	17,1 м <sup>3</sup> /24 ч

В состав мойки входят (таблица 2.7) две 2-постовые моеющие конструкции ВКФ, стальная конструкция с полным оснащением.

Таблица 2.7 – Комплект оборудования для автомойки на 4 моечных поста

	Наименование	Кол- во	Ед. изм.	Цена, руб.	Сумма, руб.
1	Система очистки воды АРОС-2 lite	1	шт	64200	64200
2	<u>Аппарат высокого давления Аква-1 int</u>	4	шт	54400	217600
3	Пенокоплект KW 600 мм	4	шт	7900	31600
4	<u>Профессиональный пылеводосос Mirage 429 GA Inox</u>	2	шт	19608	39216
5	Консоль потолочная 1700 мм	4	шт	19600	78400
6	Компрессор 100 литров ресивер	2	шт	45000	90000
7	Распылитель для химчистки С-10	2	шт	4100	8200
	Итого				529 216

Стоимость доставки 10 % от стоимости оборудования, но не более 50 000 руб. Монтаж 4-х постовой мойки с оборудованием стоит 100 000 руб. занимает 5-7 дней.

Таким образом, затраты на приобретение доставку и монтаж оборудования составят

$530\,000$  (оборудование) +  $50\,000$  (доставка) +  $100\,000$  (монтаж) =  $680\,000$  руб.

После приобретения оборудования компании потребуются подумать о привлечении клиентов. Одним из современных способов является использование сети интернет – создание сайта.

Создание официального сайта занимает около 5 дней и стоит 15 000 руб. продвижение и обслуживание сайта – 1 000 руб. в месяц. Официальный сайт автомойки самообслуживания «Чистый лев» будет содержать новости компании, обратную связь, информацию об услугах, о стоимости услуг и акциях и прочее.

## 2.6 Финансовый план

Для оценки эффективности инвестиционных проектов используют методы дисконтирования денежных потоков или метод NPV. Он включает в себя расчет и оценку таких показателей как:

- чистый дисконтированный доход (NPV);
- индекс рентабельности;
- внутренняя норма доходности.

Для расчета данных показателей необходимо определить денежные потоки от реализации проекта.

Чтобы определить денежные потоки необходимо рассчитать доходы и расходы на 5 лет вперед. Предполагаем, что доходы будут увеличиваться ежегодно на 3%, тогда как расходы будут расти на 6% ежегодно (таблица 2.8).

Таблица 2.8 – Денежные потоки ООО «Чистый лев»

Наименование показателей	Первый год	Второй год	Третий год	Четвертый год	Пятый год
Заработная плата сотрудников (с отчислениями)	1 620 000	1 717 200	1 820 232	1 929 446	2 045 213
Расходные материалы	1 440 000	1 526 400	1 617 984	1 715 063	1 817 967
Коммунальные платежи	120 000	127 200	134 832	142 922	151 497
Прочие расходы (в том числе реклама)	60 000	63 600	67 416	71 461	75 749
Платеж по кредиту	1 100 159,91	0,	0	0	0
Всего расходы	4 340 159,91	3 434 400	3 640 464	3 858 892	4 090 425
Доходы	15 017 400	15 467 922	15 931 960	16 409 918	

1. Чистый дисконтированный доход (NPV) определяется по формуле:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - IC; \quad (2.2)$$

где CF – денежный поток (приток денег – отток денег или выручка – себестоимость);

r – ставка дисконтирования;

IC – инвестиционный капитал.

Ставка дисконтирования в формуле расчета NPV — это стоимость капитала. В качестве такой ставки используют процент по долгосрочным кредитам – 18%.

$$NPV = \frac{15017 - 4340}{(1 + 0,18)^1} + \frac{15467 - 3434}{(1 + 0,18)^2} + \frac{15931 - 3640}{(1 + 0,18)^3} + \frac{16409 - 3858}{(1 + 0,18)^4} + \frac{16902 - 4090}{(1 + 0,18)^5} - 1000 = 36\,246$$

Поскольку  $NPV=36\,246>0$ , то проект считается привлекательным для инвестирования.

2. Индекс рентабельности определяется по формуле:

$$R = \frac{NPV}{IC} = \frac{36246}{1000} = 36,2\%$$

3. Внутренняя норма доходности (IRR)



Это такая ставка дисконтирования, при которой чистая приведенная стоимость становится равной нулю. Рассчитать данный показатель достаточно сложно, поэтому используют специальную функцию ВСД в программе MS Excel. Итак, применяя функцию ВСД в программе MS Excel,  $IRR = 900\%$ .

Так как  $R (36,2\%) < IRR (900\%)$ , то проект считается эффективным.

Итак, все рассчитанные показатели свидетельствуют об экономической эффективности проекта автомоечного комплекса «Чистый лев».

## 2.7 Оценка эффективности проекта и рисков

Для оценки эффективности проекта сравнивают ожидаемые доходы и предполагаемые расходы.

Предполагаемые расходы в первый год работы автомоечного комплекса «Чистый лев» составляют 4 340 159,91 руб.

Далее необходимо рассчитать ожидаемые доходы.

Оплатить автомойку можно двумя способами: купить жетоны или карту.

Жетон стоит для клиента 50 рублей, который позволяет ему заказать одну короткую процедуру, как правило, одной процедуры не достаточно. Поэтому по жетонам с каждого клиента можно получить 100 руб. Максимальная пропускная способность автомоечного комплекса 600 машин в сутки. Тогда ожидаемый доход составит

$600 \text{ машин} * 100 \text{ руб.} = 60\,000 \text{ руб. в сутки.}$

$60\,000 \text{ руб.} * 30 \text{ дней} = 1\,800\,000 \text{ руб. в месяц.}$

При загрузке автомоечного комплекса «Чистый лев» на 50% доходы составят 900 000 руб. в месяц ( $1\,800\,000 * 50\%$ ).

За год доходы могут достигнуть суммы:

$900\,000 \text{ руб. в месяц} * 12 \text{ месяцев} = 10\,800\,000 \text{ руб. при } 50\% \text{ загрузке.}$

С картой немного по другому. Клиент покупает карту за 50 руб. затем пополняет ее на любую сумму. И услуги мойки автомобиля оплачиваются в зависимости от времени, которое потребовалось для мытья по тарифу:

- 10 руб. за минуту использования воды
- 15 руб. за минуту использования активной пены.

В среднем на мойку одного автомобиля уходит 20 минут, из них 5 минут на ожидание, 5 минут пользование активной пеной и 10 минут пользование водой. Иными словами, мойка одного автомобиля приносит доход:

$10 \text{ минут} * 10 \text{ руб. в минуту за воду} + 5 \text{ минут} * 15 \text{ руб. за пену} = 100 + 75 = 175 \text{ руб.}$

За сутки 600 машин по 175 руб. с каждой могут принести доход:

$600 * 175 = 105\,000 \text{ руб.}$

В месяц  $105\,000 * 30 = 3\,150\,000 \text{ руб.}$  при максимальной загрузке автомоечного комплекса «Чистый лев».

Допустим, что автокомплекс «Чистый лев» загружен на 50%, т.е. машинопоток составляет 300 шт. в сутки, а не 600. Из них 50% пользуются жетонами, 50% - картами. Тогда ожидаемый доход в месяц составит:

$(150 \text{ машин} * 100 \text{ руб.} * 30 \text{ дней}) + (150 \text{ машин} * 175 \text{ руб.} * 30 \text{ дней}) = 450\,000 \text{ руб.} + 787\,500 \text{ руб.} = 1\,237\,500 \text{ руб.}$

За год

$1\,237\,500 * 12 \text{ месяцев} = 14\,850\,000 \text{ руб.}$

Срок окупаемости:

$$\frac{4\,340\,159,91}{14\,850\,000} = 0,298 * 12 \text{ мес} = 3,5 \text{ месяца}$$

Доходность проекта представлена в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Прибыльность проекта автомоечного комплекса «Чистый лев»

Показатель	Сумма за год, руб.
Ожидаемый доход	14 580 000
Предполагаемый расход	4 340 160
Прибыль до налогообложения	10 239 840
% налога на прибыль	15%
Налог на прибыль	1 535 976
Чистая прибыль	8 703 864

Таким образом, ожидаемый доход от реализации проекта автомоечного комплекса «Чистый лев» значительно превышает предполагаемый расход. Срок окупаемости 3,5 месяца.

Существует много рисков для проекта автомоечного комплекса. Однако самым первым и важным риском является отсутствие прибыли.

Для того чтобы знать, когда автомойка самообслуживания начнет работать с прибылью, необходимо рассчитать точку безубыточности.

Точка безубыточности — объём производства и реализации продукции, при котором расходы будут компенсированы доходами, а при производстве и реализации каждой последующей единицы продукции предприятие начинает получать прибыль.

Определяется точка безубыточности в натуральном и стоимостном видах:

$$Q_{кр} = \frac{FC}{P - AVC} \text{ — в натуральном выражении}$$

$$Q_{кр} = \frac{B * FC}{B - VC} \text{ — в стоимостном выражении}$$

(2.3)

где FC – общие постоянные издержки;

P – цена услуги;

AVC – средние переменные издержки;

B – выручка в стоимостном выражении.

Итак, для автомойки «Чистый лев» определим постоянные и переменные издержки.

К постоянным издержкам относят заработная плата сотрудников, платеж по кредиту, прочие расходы (в том числе реклама). К переменным расходам будут включаться расходные материалы и коммунальные платежи. Поскольку эти виды расходов зависят от объемов и частоты работы оборудования мойки.

Точка безубыточности в натуральном выражении:

$$Q_{кр} = \frac{FC}{P-AVC} = \frac{231679,99}{175-14,44} = 1443 \text{ автомобилей необходимо помыть, чтобы}$$

автомойка самообслуживания начала приносить прибыль.

При загрузке 300 машин за 12 часов, автомоечный комплекс начнет получать прибыль с 5 дня работы:

$$\frac{1443}{300} = 4,8$$

Точка безубыточности в стоимостном выражении:

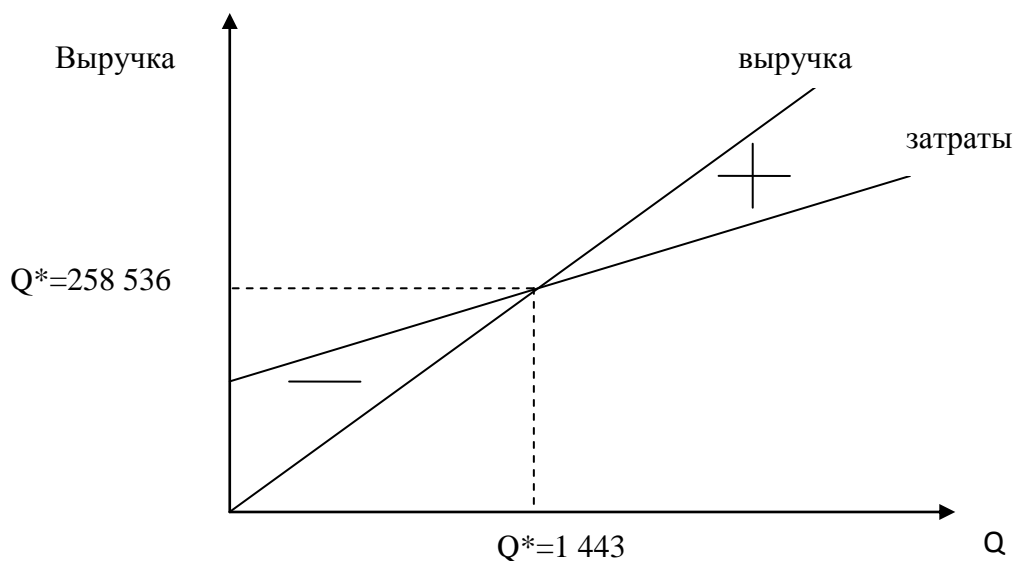


Рисунок 2.3 – График точки безубыточности ООО «Чистый лев»

$$Q_{кр} = \frac{B*FC}{B-VC} = \frac{1251450*231679,99}{1251450-130000} = 258536 \text{ руб необходимо потратить, прежде}$$

чем автомойка начнет приносить выгоду.

## Выводы по разделу два

Проект создания автомоечного комплекса имеет перспективное будущее. Поскольку требует меньше капиталовложений, быстро окупается, популярен среди клиентов в силу не дорогостоящих услуг, при низкой себестоимости услуг способен приносить большие прибыли. Кроме того, данный сектор услуг самостоятельной мойки автомобилей находится на стадии становления, рынок не насыщен как в России в целом, так и в Челябинске в частности.

Проект по созданию автомоечного комплекса «Чистый лев» предполагает организацию автомойки самообслуживания. Она будет оказывать услуги по самостоятельному мытью различных автомобилей при помощи специального оборудования. Также автомойка будет предоставлять дополнительные услуги по уборке внутри салона (при помощи пылесоса) и продувке замков и зеркал после мытья. Для этого потребуется нанять 4 человека, затраты на оплату труда составят 135 тыс. руб. ежемесячно.

Маркетинговый план предполагает, что автомоечный комплекс создается с целью завоевания существенной ниши на рынке услуг по самостоятельной мойке автомобилей. Поэтому рассчитывается на широкий круг клиентов не зависимо от возраста и статуса. Услуги комплекса просты в исполнении, недороги и безопасны. Продвигать услуги планируется посредством газет, рекламных брошюр и интернета. Планируемые затраты на рекламу составляют 10 000 руб. за первый год работы комплекса «Чистый лев».

Автомойка состоит из 4 постов, т.е. одновременно могут обслуживаться 4 автомобиля. Пропускная способность такого комплекса составляет 600 машин за 12 часов. Иными словами, максимальный план производства составляет 600 машин за 12 часов работы комплекса. Полная загруженность автомоечного комплекса «Чистый лев» 1 800 000 руб. в месяц. При загрузке 300 машин за 12 часов доходы составят 14 580 000 руб. за год.

Первоначальные расходы – это затраты, связанные с началом работы автомоечного комплекса. Они включают в себя издержки в связи с регистрацией

юридического лица, взносом в уставный капитал, аренда земли, приобретение специального оборудования, создание сайта компании и возможные непредвиденные расходы. Для открытия автокомплекса потребуется первоначальная сумма в 1 млн. руб. Финансироваться проект автомоечного комплекса будет за счет заемных средств. Переплата составит чуть более 100 тыс. руб. Кроме этого, расходы в течении первый год работы автомоечного комплекса «Чистый лев» составят 4 340 тыс. руб. Затраты на приобретение доставку и монтаж оборудования составят 680 000 руб.

Все рассчитанные показатели свидетельствуют об экономической эффективности проекта автомоечного комплекса «Чистый лев». Так, ожидаемый доход от реализации проекта автомоечного комплекса «Чистый лев» значительно превышает предполагаемый расход. Срок окупаемости 3,5 месяца.

Существует много рисков для проекта автомоечного комплекса. Однако самым первым и важным риском является отсутствие прибыли. Итак, в автомойке «Чистый лев» 1 443 автомобилей необходимо помыть, чтобы автомойка самообслуживания начала приносить прибыль (при загрузке 300 машин за 12 часов предприятие начнет генерировать прибыль на 5 день работы) или 258 536 руб. необходимо потратить, прежде чем автомойка начнет приносить выгоду.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Бизнес план представляет собой документ, который подробно обосновывает новый проект и позволяет исчерпывающе оценить эффективность принятых решений, планируемых мероприятий, ответить на вопрос, стоит ли вкладывать деньги в данный проект.

Бизнес план содержит в себе следующие разделы: обзорный раздел (резюме), описание предприятия, описание продукции или услуг, анализ рынка и маркетинговая стратегия, производственный план, график выполнения работ, управление и организация, финансовый план и оценка рисков.

Основной расчетной исходной таблицей в бизнес-плане является план денежных потоков. Для корректного определения будущих потоков применяется метод дисконтирования. Также бизнес-план включает в себя расчет и оценку таких показателей: чистая приведенная стоимость (чистый приведенный доход), период окупаемости, индекс прибыльности, внутренняя норма рентабельности.

В настоящее время имеется множество методик составления и разработки бизнес-планов. Зарубежные методики включают в себя: UNIDO (ЮНИДО), ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития), BFM Group, TACIS (Technical Assistance for the Common wealth of Independent States) и др.

Отечественные методики: МЭРТ РФ (Министерство экономического развития и торговли РФ), требования к бизнес-плану и рекомендации по его составлению, разработанные Федеральным фондом поддержки малого предпринимательства (ФФПМП), Макет инвестиционного бизнес-плана, представляемого претендентом в составе заявки на финансирование из Бюджета развития РФ и др.

Проект создания автомоечного комплекса имеет перспективное будущее. Поскольку требует меньше капиталовложений, быстро окупается, популярен среди клиентов в силу не дорогостоящих услуг, при низкой себестоимости услуг способен приносить большие прибыли. Кроме того, данный сектор услуг

самостоятельной мойки автомобилей находится на стадии становления, рынок не насыщен как в России в целом, так и в Челябинске в частности.

Проект по созданию автомоечного комплекса «Чистый лев» предполагает организацию автомойки самообслуживания. Она будет оказывать услуги по самостоятельному мытью различных автомобилей при помощи специального оборудования. Также автомойка будет предоставлять дополнительные услуги по уборке внутри салона (при помощи пылесоса) и продувке замков и зеркал после мытья. Для этого потребуется нанять 4 человека, затраты на оплату труда составят 135 тыс. руб. ежемесячно.

Маркетинговый план предполагает, что автомоечный комплекс создается с целью завоевания существенной ниши на рынке услуг по самостоятельной мойке автомобилей. Поэтому рассчитывается на широкий круг клиентов не зависимо от возраста и статуса. Услуги комплекса просты в исполнении, недороги и безопасны. Продвигать услуги планируется посредством газет, рекламных брошюр и интернета. Планируемые затраты на рекламу составляют 10 000 руб. за первый год работы комплекса «Чистый лев».

Автомойка состоит из 4 постов, т.е. одновременно могут обслуживаться 4 автомобиля. Пропускная способность такого комплекса составляет 600 машин за 12 часов. Иными словами, максимальный план производства составляет 600 машин за 12 часов работы комплекса. Полная загруженность автомоечного комплекса «Чистый лев» 1 800 000 руб. в месяц. При загрузке 300 машин за 12 часов доходы составят 14 580 000 руб. за год.

Первоначальные расходы – это затраты, связанные с началом работы автомоечного комплекса. Они включают в себя издержки в связи с регистрацией юридического лица, взносом в уставный капитал, аренда земли, приобретение специального оборудования, создание сайта компании и возможные непредвиденные расходы. Для открытия автокомплекса потребуется первоначальная сумма в 1 млн. руб. Финансироваться проект автомоечного комплекса будет за счет заемных средств. Переплата составит чуть более 100 тыс. руб. Кроме этого, расходы в течении первый год работы автомоечного



комплекса «Чистый лев» составят 4 340 тыс. руб. Затраты на приобретение доставку и монтаж оборудования составят 680 000 руб.

Все рассчитанные показатели свидетельствуют об экономической эффективности проекта автомоечного комплекса «Чистый лев». Так, ожидаемый доход от реализации проекта автомоечного комплекса «Чистый лев» значительно превышает предполагаемый расход. Срок окупаемости 3,5 месяца.

Существует много рисков для проекта автомоечного комплекса. Однако самым первым и важным риском является отсутствие прибыли. Итак, в автомойке «Чистый лев» 1 443 автомобилей необходимо помыть, чтобы автомойка самообслуживания начала приносить прибыль (при загрузке 300 машин за 12 часов предприятие начнет генерировать прибыль на 5 день работы) или 258 536 руб. необходимо потратить, прежде чем автомойка начнет приносить выгоду.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Баканов, М.И. Теория экономического анализа. Учебник / М.И. Баканов. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 416 с.
- 2 Балабанов, И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта / И.Т. Балабанов.– М.: Финансы и статистика, 2013. – 112 с.
- 3 Бородина, Е.И. Финансы предприятий: учебное пособие / Е.И. Бородина. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. – 208 с.
- 4 Вадель, О.А. Управление эффективностью инвестиционного проекта в концепции стоимостного подхода / О.А.Вадель, С.В. Ковалева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2015. – № 6. – С. 35-42.
- 5 Вакуленко, Т.Г. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности для принятия управленческих решений / Т.Г. Вакуленко. – СПб.: Герда, 2014 – 288с.
- 6 Владимирова, И.Г. Организационные структуры управления организациями/ И.Г. Владимирова // Менеджмент в России и за рубежом. – 2014. – № 5. – С.23-25.
- 7 Гидулянов, В.И. Анализ методов оценки эффективности капитальных вложений / В.И.Гидулянов, А.Б.Хлопотов. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 284 с.
- 8 Грибов, Т. Экономика предприятия / Т. Грибов. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 276с.
- 9 Григорьев, Л. Инвестиционный процесс: накопленные проблемы и интересы / Л.Григорьев // Вопросы экономики. – 2016. – № 4. – С. 44-61.
- 10 Гусев, С. Автомойки самообслуживания: раскрывая секреты успеха / С. Гусев // Портал Бизнес-вектор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.business-vector.info/avtomojki-samoobsluzhivaniya-raskry-v/>
- 11 Дасковский, В. Совершенствование оценки эффективности инвестиций / В.Дасковский, В. Киселев // Экономист. – 2016. – № 1. – С. 42-57.
- 12 Дафт, Р.Л. Теория организации: учебник для студентов вузов / Р.Л. Дафт. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 736 с.

- 13 Деева, А.И. Инвестиции: учебное пособие / А.И. Деева. – М.: Экзамен, 2012. – 436 с.
- 14 Инвестиции: учебное пособие / под ред. В.В. Ковалева. – М.: Проспект, 2012. – 360 с.
- 15 Инвестиции: учебное пособие / под ред. М.В. Чиненова. – М.: КноРус, 2011. – 358 с.
- 16 Инвестиции и инновации: учебное пособие / под ред. З.Н. Габитовой. – М.: Дашков и К, 2014. – 658 с.
- 17 Кирилов, В.С. Анализ эффективности финансовых вливаний / В.С. Кирилов. – М.: Дело, 2014. – 234 с.
- 18 Колмыкова, Т. Инвестиционная политика и анализ структуры инвестиций в основной капитал / Т. Колмыкова // Предпринимательство. – 2016. – № 2. – С. 84-92.
- 19 Кошелева, И. Анализ инвестиционного проекта компании / И. Кошелева. – М.: Юнити, 2011. – 342 с.
- 20 Макроэкономика / М.К. Бункин, А.М. Семенов и др. – М.: Юнити, 2013. – 351 с
- 21 Матанцев, А.Н. 600 способов продвижения торговой марки / А.Н. Матанцев. – М.: Дело и Сервис, 2013. – 352 с.
- 22 Николаев, А.С. Инвестиции / А.С. Николаев. – СПб. Питер, 2013. – 146 с.
- 23 Основы теории экономического управления предприятием / под ред. С.А. Жданова. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 208 с.
- 24 Разгулин, А. Оценка эффективности инвестиционных проектов в сфере недвижимости / А. Разгулин // Проблемы теории и практики управления. – 2015. – № 9. – С. 74-79.
- 25 Сайт компании «VKF Service» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bkfservice.ru/oborudovanie-dlya-avtomоек/na-4-posta/>
- 26 Сайт компании «Фабрика сайтов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fabricsaitov.ru/malyi-biznes.html>
- 27 Сайт компании «Акватехно» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://akvatehno.ru/gotovye-resheniya-avtomоек.html>

- 28 Сайт компании «Мою Сам» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://moisam.tilda.ws/#price> ,<http://moisam.tilda.ws/#contacts>
- 29 Сайт автомоечного комплекса «Академический» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ak-academ.ru/services>
- 30 Серебренников, Г.Г. Экономические аспекты организации производства: учеб. пособие / Г.Г. Серебренников. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2011. – 180 с.
- 31 Степанов, И.Г. Организация производства: учебное пособие / И.Г. Степанов, П.В. Белов. – Новокузнецк: НФИ КемГУ, 2012. – 93 с.
- 32 Стратегический менеджмент и предпринимательство / под ред.Х. Виссема. – М.: Дело, 2012. – 186 с.
- 33 Словарь для малого бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.businessvoc.ru/bv/TermWin.asp?theme=&word\\_id=26210](http://www.businessvoc.ru/bv/TermWin.asp?theme=&word_id=26210),
- 34 Фролова, Т.А. Экономика предприятия: конспект лекций / Т.А.Фролова. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2014. – 143 с.
- 35 Христенко, П.Р. Анализ эффективности инвестиционных проектов / П.Р. Христенко. – М.: Лаборатория книги, 2011. – 258 с.
- 36 Чараева, М.В. Обзор методик формирования инвестиционного бизнес-плана / М.В. Чараева, А.В. Палеев // Финансы и кредит. – 2014. – №18. – С.31-35.
- 37 Экономика предприятия. Учебник / под ред. В.М.Семенова.– М.: Центр экономики и маркетинга, 2013. – 275с.
- 38 Экономика предприятия: Учебник для вузов / под ред. В.Я. Горфинкель, Е.М. Купрякова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. – 342с.
- 39 Экономическая теория: Учебник для студентов вузов / под ред. .В.Д. Камаева. – М.: ВЛАДОС, 2014. – 284 с.
- 40 Экономический словарь мега энциклопедии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=dict&termin=52317>
- 41 Яркина, Т.В. Основы экономики предприятия / Т.В. Яркина. – М.: Юнити, 2012. – 356 с.

Таблица А.1 - Структуры инвестиционного бизнес-плана, предлагаемые UNIDO, ЕБРР и ТАСИС

№ раздела	UNIDO	ЕБРР	ТАСИС
1	Резюме	Меморандум о конфиденциальности	Резюме. Название фирмы, ее тип (единоличная собственность / партнерство). Как будет создан капитал. Краткое резюме проекта. Дата открытия предприятия. Задачи предприятия. Резюме финансовых потребностей
2	Идея (сущность) предлагаемого проекта. Общие исходные данные и условия. Описание образца нового товара Оценка опыта предпринимательской деятельности	Резюме	Цели предприятия: -личные; -деловые; -заработать доход минимум x в течение первого года; - достичь оборота капитала x за определенный срок; -стать лидером в определенной сфере; - первым внедрить новый спектр товаров или услуг; - завоевать x% рынка
3	Оценка рынка сбыта. Описание потребителей нового товара Оценка конкурентов. Оценка собственных сильных и слабых сторон относительно конкурентов	Предприятие - история развития и его состояние на момент создания бизнес-плана, - описание текущей деятельности; - собственники, руководящий персонал, работники предприятия; - текущая деятельность; - финансовое состояние; - кредиты	Деятельность существующего предприятия: - каковы его успехи; - соответствуют ли его успехи прогнозам; - как выглядит его балансовый отчет; - имеются ли солидные основные фонды в качестве залога
4	План маркетинга: - цели маркетинга; - стратегия маркетинга; - финансовое обеспечение плана маркетинга	Проект: общая информация о проекте; - инвестиционный план проекта; - анализ рынка, конкурентоспособность; - описание производственного процесса; - финансовый план; -экологическая оценка	Управление: - информация о руководящем составе; - образование; - подготовка; - соответствующий опыт; - настоящие обязанности; - предлагаемые обязанности; - дополнительные управленческие навыки
5	План производства: - изготовитель нового товара; - наличие и требуемые мощности производства; - материальны факторы производства; - описание производственного процесса	Финансирование: - графики получения и погашения кредитных средств; - залог и поручительство; - оборудование и работы, которые будут финансироваться за счет кредитных средств; - SWOT-анализ; - риски и мероприятия по их снижению	Рынок: - размер рынка; - тенденции роста или сужения; - наличие дефицита качественной продукции; - конкуренты, их преимущества, слабости

## Окончание таблицы А.1

№ раздела	UNIDO	ЕБРР	ТАСИС
6	<p>Организационный план:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организационно-правовая форма собственности фирмы;</li> <li>- организационная структура фирмы;</li> <li>- распределение обязанностей;</li> <li>- сведения о партнерах;</li> <li>- описание внешней среды бизнеса;</li> <li>- трудовые ресурсы фирмы</li> </ul>	Приложения	<p>Продукция:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- соответствие потребностям заказчиков; - расчеты затрат;</li> <li>- объем складских запасов;</li> <li>- скорость товарооборота на складе;</li> <li>- способность удовлетворить требования по доставке;</li> <li>- влияние незавершенного производства на бизнес</li> </ul>
7	<p>Финансовый план:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- план доходов и расходов;</li> <li>- план денежных поступлений и выплат;</li> <li>- сводный баланс активов и пассивов фирмы;</li> <li>- график достижения безубыточности;</li> <li>- стратегия финансирования (источники поступления средств и их использование);</li> <li>- оценка риска и страхование</li> </ul>	-	<p>Ценообразование:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- расчет цен;</li> <li>- разброс цен;</li> <li>- сравнение с ценами в рамках отрасли;</li> <li>- порог самоокупаемости, прибыльности;</li> <li>- сроки по кредитным обязательствам</li> </ul>
8	Приложения	-	<p>Поставщики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- названия фирм, адреса, надежность;</li> <li>- альтернативные источники;</li> <li>- процедуры, гарантирующие качество;</li> <li>- возможности переговоров по срокам возврата кредитов</li> </ul>
9	-	-	<p>Материальные ресурсы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ожидаемая длительность эксплуатации оборудования;</li> <li>- потребность в офисном оборудовании;</li> <li>- потребность в транспорте;</li> </ul>
10	-	-	<p>Помещения:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- местонахождение офиса;</li> <li>- условия аренды;</li> <li>- необходимо ли оплачивать счета по ремонту помещений</li> </ul>
11	-	-	<p>Персонал:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- категории персонала;</li> <li>- условия их найма</li> </ul>
12	-	-	<p>Прибыль и прогнозы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- прогноз потока денежной наличности;</li> <li>- оценка затрат;</li> <li>- основные компоненты риска;</li> <li>- расчеты точки самоокупаемости-прибыльности;</li> <li>- прогноз по сбыту</li> </ul>