

Введение

В настоящее время развитие малого и среднего бизнеса в России является одной из основных стратегических задач. Во всех странах с развитой экономикой малый и средний бизнес составляет более 50% ВВП, в России около 20%. Президентом России поставлена задача к 2020 г. увеличить долю малого и среднего бизнеса в ВВП до 60-70%.

Предпринимательская деятельность всегда тесно связана с различными рисками. Риск-это всегда часть коммерческой деятельности. Любой случай капитальных инвестиций и найма нового сотрудника, продажи товаров на рынке, утверждение цен влечет за собой предпринимательский риск, который не подчиняется желаниям и действиям предпринимателя

Поэтому, для того чтобы всегда быть на плаву, необходимо очень внимательно относиться к бизнес-планированию, где максимально необходимо проработать все вышеназванные аспекты.

Актуальность темы определили цель и задачи работы.

Цель работы: разработать бизнес-план автомойки.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- проведение маркетингового анализа рынка по предоставлению аналогичных услуг;
- разработка организационно-производственного плана создания автомойки;
- оценка экономической эффективности реализации проекта, путем составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта.

Объект исследования – малый бизнес

Предмет исследования – организация услуг автомойки.

Теоретическую и методологическую основу работы составили фундаментальные работы отечественных и зарубежных авторов, научные и

прикладные исследования в области изучаемой темы. Использованы научные статьи в области исследования рынка, а также практические расчёты и результаты, полученные лично автором в процессе разработки бизнес-плана. В работе использовался системный подход, статистический анализ, сравнение, прогнозирование, графические методы, анализ литературных источников и другие общенаучные приёмы познания. Информационной базой работы послужили законодательные, нормативно-правовые документы Российской Федерации, материалы официальных сайтов в сети Интернет, материалы периодической печати.

Теоретическая значимость исследования, проведённого в рамках выпускной квалификационной работы, состоит в рассмотрении основ бизнес-планирования и в оценке автора эффективности бизнес-планирования.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в возможности с помощью разработанного бизнес-плана, получить прибыль.

1 Обзор литературы

1.1 Теоретический анализ понятия и виды бизнес-плана

Бизнес-план – это проект, документ, который описывает обоснование и весь процесс внедрения новой продукции или нового вида деятельности с описанием проблем, с которыми может столкнуться и пути решения данных проблем.

Бизнес-план бывает нескольких видов и классифицируется по типологии представленной на рис. 1

Р
и
с
у
н
о
к
1
–
К
л
а
с
с
и
ф
и
к
а
ц
и
я
б
и
з
н
е
с
е
р
е
ж
н
о
г
о
у
б
и
з
н
е
с
е
р
е
ж
н
о
г
о
у

Рисунок 1 – Классификация бизнес-плана

Рассмотри некоторые из данных видов:

Тип:

- технический – разработка внедрения технических инноваций или технических совершенствований;

- организационный – обоснование необходимости совершенствование организационной структуры, внедрение организационной культуры или организационных преобразований;

- экономический – разработка и экономическое обоснование внедрение нового вида продукции, нового вида деятельности или других экономически выгодных преобразований;

- социальный – разработка плана внедрения социального проекта;

- смешанный – включает в себя несколько видов, например технико-экономический, т.е. внедрение технических новшеств и расчет экономических затрат и экономической выгоды от внедрения.

Класс:

- монопроект – проект одного типа или масштаба,

- мультипроект – проект, сочетающий в себе несколько монопроектов, он требует комплексного применения управления несколькими монопроектами,

- мегапроект – к ним относятся целевые программы развития регионов, отраслей и включают в себя несколько мультипроектов.

Масштаб:

- Мелкие – например проект модернизации какого-либо подразделения или поточной линии на предприятии;

- Средние – например проект создания ИП, или создание нового цеха в уже действующем предприятии;

- Крупные – создание нового завода или запуск нового крупносерийного производства;

- Очень крупные проекты – проект экономического или социального обновления города, отрасли, региона и т.д.

Вид:

- инновационный – внедрение инновационного процесса, продукции или отдельных инновационных элементов в процесс производства,

- организационный – разработка по совершенствованию организационных аспектов на предприятии,

- научно-исследовательский – разработка внедрения научно-исследовательских разработок
- учебно-образовательный – разработка и внедрение совершенствований в учебно-образовательный процесс или учебно-образовательную сферу,
- смешанный – сочетание нескольких видов разработок в одном инновационном процессе.

В основной своей массе бизнес-планы носят инновационный характер и величина суммы инвестиций зависит от масштаба, сложности и сроке проекта.

К бизнес-плану предъявляют требования независимо от вида проекта (рис. 2):

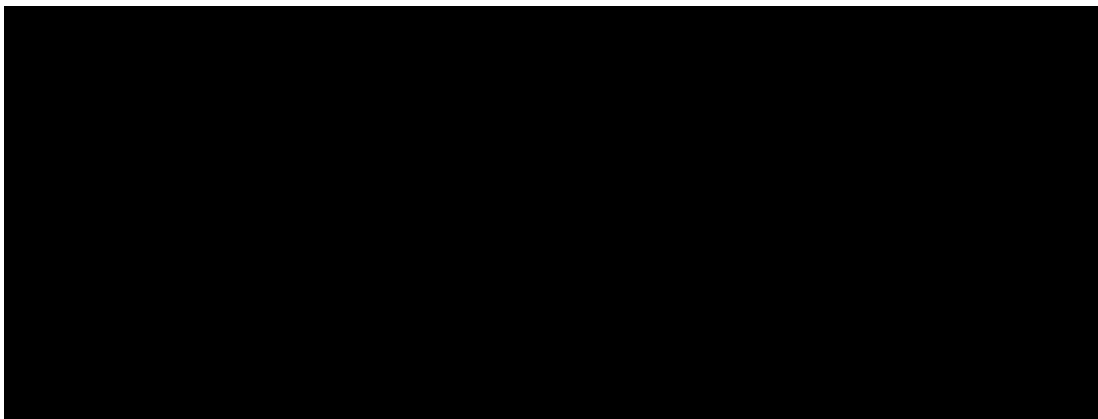


Рисунок 2 – Требования к бизнес-плану

Из рисунка можно сделать вывод, что бизнес-план должен быть:

- доступен широкому кругу лиц, а не только специалистам,
- инвесторы узнают фирму по бизнес-плану, поэтому информация должна быть достоверна и кратко изложена, но четко детализирована,
- оптимальный объем бизнес-плана 30-50 страниц, бизнес-план более 70 страниц тяжел к усвоению, поэтому второстепенную и справочную информацию прикладывают в приложение или вообще не упоминают,
- обязательным условием бизнес-плана – это его эффективность: социальная, экономическая, техническая и т.д.

- бизнес-план является не только расчетным документом, но и средством рекламы, поэтому информацию можно представлять в виде таблиц, расчета показателей, графики и диаграммы,
- все прогнозы должны быть достоверны и подкреплены ссылками на источники информации, например проведенные исследования, опросы, статистические данные, и т.д.
- обязательным в структуре бизнес-плана является оценка рисков – их прогнозирование и пути преодоление располагают к доверии к компании.

Особенно инвесторов интересует 4 вопроса: финансы (вложение и прибыль); управленческий аспект (коллектив, квалификация персонала); производимые товары, услуги (спрос, цена, перспективы); план маркетинга (реклама, организация внедрения проекта и т.д.).

Поэтому при представлении бизнес-плана инвесторам, необходимо иметь четкие ответы и аргументы по данным пунктам. Таким образом, бизнес-план – это поэтапно составленный проект развития предприятия, с обоснованием внедрения новшеств и изменений и рассчитанной эффективностью от данных внедрений. Он должен быть кратким, четко просчитанным, с достоверной информацией и аргументацией.

1.2 Анализ структуры и этапы разработки бизнес-плана

Разработку бизнес-плана проводят в несколько этапов (рис. 3):

Рисунок 3 – Этапы разработки бизнес-плана

Рассмотрим их более подробно:

1) Подготовительный этап – на данном этапе ставят цели создания, сроки расчетов и назначают исполнителей всех разделов бизнес-плана. Так же при необходимости составляют график разработки бизнес-плана и бюджет.

Первый этап состоит из ряда шагов:

1 шаг. Определение целей – цели могут быть такие, как например получение финансирования, реклама, независимая экспертиза.

2 шаг. Определение источников получения информации – всю информацию группируют на первичную (необходимую для расчетов) и вторичную (будет помещена в приложения и требуется для подтверждения прогнозов). Информация может быть получена из разных источников: печатных, интернет, внутренняя, информация опросов, экспериментов.

3 шаг. Точное определение целевых читателей – т.е. необходимо знать количество инвесторов, которые могут быть узкого профиля (банк, потребители, инвестиционные компании).

4 шаг. Установление общей структуры документа – разработка структуры плана по разделам и подразделам.

2) Этап разработки плана по разделам.

Второй этап также можно разбить на ряд шагов:

1 Шаг. Сбор информации.

Информацию собирают из разнообразных источников:

- внешних – литература, интернет, данные статистической отчетности и социологических исследований.
- внутренних – данные бухгалтерской отчетности, данные опроса, проведенных работниками предприятия экспериментов и т.д.

Перед сбором информации необходимо знать какую продукцию (услуги) будут производить, для какого сегмента населения, преимущества и недостатки продукции и исходя из этих данных и собирать информацию.

В первую очередь собирают о рынке, его емкости, фирмах-конкурентах, спросе и ценах на продукцию, требованиях покупателей к данному виду продукции, т.е. весь маркетинговый комплекс информации.

При сборе внутренней производственной информации необходимо обратить внимание на следующие вопросы:

- перечень всех базовых операций;
- сырье и материалы: цена, качество, поставщики;
- оборудование: стоимость, износ, производитель, наличие или необходима покупка и т.д.;
- накладные расходы: муниципальные услуги, спецодежда, заработная плата и т.д.;
- информация о имуществе: наличие, возможность расширения и т.д.

Финансовая информация необходима для оценки затрат, возможности займа, рентабельность проекта и т.д. в бизнес-плане на основании финансовой информации производят обязательный расчет финансовых показателей:

- прогноз доходов и расходов;
- прогноз денежных поступлений;
- рентабельность, период окупаемости и прогноз состояния активов и пассивов.

2 Шаг. Написание бизнес-плана.

Написание должно происходить с помощью будущих исполнителей, и в обязательном порядке должен быть анализ слабых и сильных сторон предприятия, анализ рисков и эффект от внедрения. Анализ направлений деятельности и реальность внедрения и окупаемость проекта дает составителям понять необходимость воплощения проекта в жизнь.

3) Заключительный этап – выполняется его окончательная корректировка, утверждение и передача инвесторам.

Кроме обязательных этапов, каждый бизнес-план имеет структуру (рис. 4).

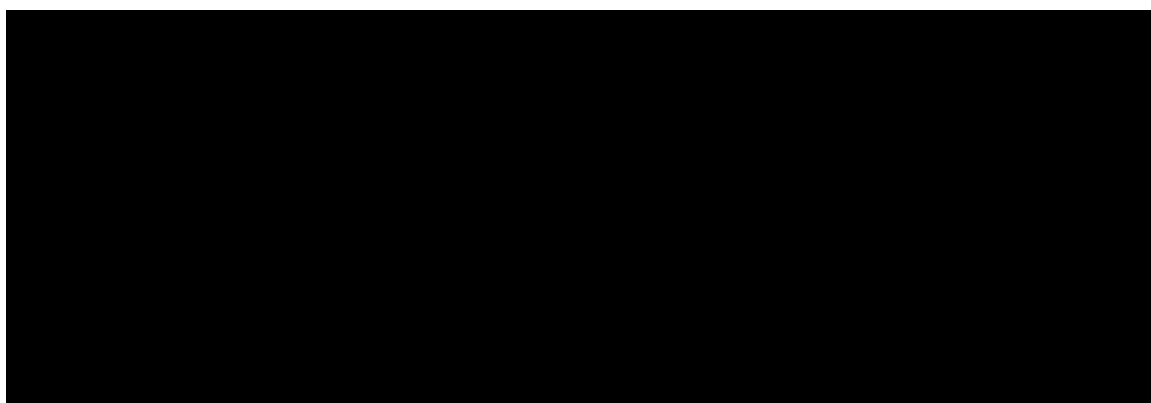


Рисунок 4 – Структура бизнес-плана

Рассмотрим структуру бизнес-плана более подробно:

1 Обзор.

В данном разделе необходимо отразить наименование и цель проекта, руководителей и форму собственности, численность и уставный фонд, особенности и основные черты предприятия – т.е. краткая информация о предприятии, которую составитель желает и должен предоставить инвесторам.

Так же можно указать желаемые цели и потребность в инвестициях, ключевые экономические показатели эффективности проекта.

2 Описание предприятия.

В данном разделе еж подробно описывается:

- миссия и цель деятельности предприятия, планы на ближайший период,
- размер собственных средств предприятия,
- особенности и основные достижения,
- объемы реализации продукции (желательно в динамике за 3 года, если предприятие существовало это время),
- уровень технической оснащенности, применяемые технологии и износ оборудования,
- анализ издержек;
- можно в заключении описать проблемы предприятия и цель разработки бизнес-плана.

3 Описание продукции.

В данном разделе приводиться подробная информация о продукции предприятия и сравнение с конкурирующей, а именно:

- предназначение и свойства продукции.
- ее цена в сравнении с конкурентами на данном рынке сбыта,
- сегменты покупателей, ее приобретающие,
- соответствие продукции принятым стандартам;
- требования к гарантийному и послегарантийному обслуживанию.

4 Анализ рынка.

В данном разделе необходимо отразить анализ:

- конкурентов, их преимущества и недостатки,
- объем и емкость рынка, динамика цен на данный вид продукции на нем,
- специфические особенности рынка, например, трудности доступа к операциям на рынке;
- потребителей продукции: сегментация, возраст, пол, и т.д.
- обосновать стратегию продвижения продукции на данный рынок,

а именно:

- расчет и обоснование цены, ценовая политика;
- реклама;
- каналы и стимулирование сбыта.

5 Производственный план.

В данном разделе подробно описывают

- технологический процесс изготовления продукции,
- имеющееся в наличии оборудование, степень его износа и список оборудования, которое необходимо приобрести,
- составляют календарный план-график реализации проекта с ответственными лицами и суммой затрат,
- требования к источникам энергии и их доступность;
- описывают персонал, его квалификацию; сравнивают имеющееся и требующееся количество персонала. Требования к возрасту, полу, квалификации,
- подробно расписывают и рассчитывают сумму заработной платы, стимулирования, налоги и условия труда, возможности карьерного роста.

6 План сбыта

План сбыта должен отражать планируемую динамику и стратегию продаж и показывать:

- цену продукции;
- методы ценообразования;
- каналы сбыта и их уровень;
- размеры скидок и систему стимулирования сбыта.

7 Финансовый план

В данном разделе должны найти отражение такие аспекты как:

- динамику и суммы поступления денежных средств,
- подробно описать потребность в финансовых ресурсах, размер собственного финансового вклада, предполагаемые источники и схемы финансирования,
- подробная информация о предстоящих расходах,
- порядок выплаты займов, процентов по ним и т.д.
- рассчитать показатели эффективности инвестиционного проекта,

а именно:

Чистый дисконтированный доход (ЧДД);

$$\text{ЧДД} = - \text{IC} + \sum \text{CF}_t / (1 + i)^t \quad (2.1)$$

Где D — ставка дисконтирования, которая отражает скорость изменения стоимости денег со временем.

Каждое слагаемое $CFK/(1+D)K$ — дисконтированный денежный поток на шаге K .

Индекс доходности (ИД);

$$PI = PV / I \quad (1)$$

где PV — дисконтированный доход,

а I — сумма инвестиционных затрат.

Внутренняя норма доходности (ВНД);

$$NPV = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} = 0 \quad (2)$$

Срок окупаемости дисконтированный (РВР) мес.)

$$DPP = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + r)^t} \geq I_0 \quad (3)$$

де, n — число периодов;

CF_t — приток денежных средств в период t ;

r — барьерная ставка (коэффициент дисконтирования);

I_0 — величина исходных инвестиций в нулевой период.

- расписать или рассчитать социальную и общественную эффективность.

Инвесторы признают проект эффективным, если ЧДД имеет положительное значение, ВНД должна быть больше ставки дисконта и индекс доходности больше 1.

8. Анализ чувствительности проекта

В данном разделе анализируются риски проекта, чувствительность к изменениям внешних и внутренних факторов,

Необходимо рассчитать так же уровень безубыточности цены и объема продаж.

Точка безубыточности — объем реализации продукции (руб. шт.) при котором прибыль равна нулю.

Рассчитывают в натуральном

$$BEP = \frac{TFC}{C} = \frac{TFC}{P - AVC} \quad (4)$$

или денежном выражении:

$$BEP = \frac{TFC}{\frac{C}{P}} = \frac{TFC}{\frac{(P-AVC)}{P}}, \quad (5)$$

где

TFC — величина постоянных издержек,

AVC — величина переменных издержек,

P — цена реализации,

C — прибыль с единицы продукции

Уровень безубыточности — рассчитывается как отношение постоянных издержек к маржинальной прибыли.

9 Экологическая информация

Отражаются сведения об экологических параметрах. А именно:

- есть ли выбросы, загрязнение грунтовых вод, и т.д. т.е. экологическая чистота проекта.
- использование земли отведенной под объект;
- предлагаемые меры по смягчению воздействия на окружающую среду или её улучшению;

10 Антикризисный план. Предпринимательство в любом виде всегда связано с рисками. Предпринимательский или коммерческий риск — это опасная возможность, что бизнесмен понесёт потери, такие как: незапланированные расходы выше предусмотренных прогнозов, получение доходов ниже тех, которые были запланированы и на которые он рассчитывал. Бизнесмен в своей деятельности может столкнуться различными видами предпринимательских рисков, например:

- риском неправильного проникновения на рынок;
- риском при выборе потребителя;
- риском конкуренции;
- ненадёжностью поставщиков;
- повышением цен на энергию и сырьё;
- риском инфляции;

- ресурсным дефицитом;
- риском колебания цен;
- изменением кредитных условий;
- изменением условий налогообложения и другие.

Изучив основы бизнес - планирования, можно сделать следующие выводы. В настоящее время предприятия, занимающиеся бизнесом, в силу необходимости планирования своей будущей деятельности, в силу необходимости ведения учёта всех возможных рисков и в силу необходимости привлечения партнёров и инвесторов – нуждаются в разработке бизнес-планов. Грамотно составленный, честный и интересный бизнес-план с лёгкостью позволит убедить инвесторов, в том, что бизнесмен имеет перспективную идею, знает возможности развития своего бизнеса и способы осуществления всех намеченных планов. Следовательно, инвестор спокойно вложит свои средства в такую бизнес-идею и будет уверен в гарантированности получения прибыли. Таким образом, целесообразность разработки бизнес-плана при создании нового предприятия полностью доказана.

11 Приложения

Здесь отражается:

- сведения об источниках информации проекта, второстепенная информация на которую были ссылки в бизнес-плане,
- сведения о бухгалтерской и финансовой отчетности,
- результаты маркетинговых опросов и экспериментов;
- сертификатов или планы предприятия.

Таким образом, в результате исследования можно сделать вывод, что в соответствии со структурой, в бизнес-плане раскрывается вся информация необходимая инвестору, что бы принять решение об инвестировании. Бизнес-план является документом, как для внутреннего, так и для внешнего пользования, нередко его используют в качестве рекламы, где отражены все преимущества и недостатки предприятия.

Бизнес- план это целевой документ, который содержит систему расчетов, технических и экономических обоснований.

Он позволяет кроме всего прочего выявить и проблемы предприятия и наметить пути их преодоления как собственными силами, так и помощью с стороны. Он ориентирован на достижение успеха, главным образом, в финансово-экономической деятельности.

2 Объект и методы исследования

Объектом исследования выступает организация мобильной автомойки.

Автомойка наиболее популярный бизнес среди тех, кто, не обладая какими-то специальными знаниями, желает начать доходное дело. Несмотря на временный спад услуг по автокредитованию, за последние годы число автомобилей выросло в разы. Соответственно, возросла потребность в услугах по обслуживанию автомобилей. В нашей стране люди привыкли сами мыть машину у себя во дворе. Но, в связи с неуклонным ростом числа людей, которых мы относим к среднему классу, предоставление услуг по мойке автомобилей является актуальным

Для более детального анализа создания организации в выпускной квалификационной работе использовались следующие методы: анализ, синтез, сравнение, статистического и экономического анализа, изучение литературы.

Также был применен способ теоретического анализа, то есть выделение и рассмотрение отдельных сторон, признаков, особенностей, свойств явлений.

Обработка результатов исследования проводилась с использованием современных компьютерных технологий.

3 Расчеты и аналитика

3.1 Описание проекта

Основной вид избираемой деятельности – это открытие автомобильной мойки. Форма собственности – частная.

Открытие данного проекта будет происходить без образования юридического лица для упрощения финансовой отчетности и уменьшения налогообложения. Для того, чтобы открыть автомойку, не нужны какие-то специальные знания. Еще один плюс – услуги автомойки не подлежат сертификации.

Цель – оказание владельцам транспортных средств комплекса услуг по очистке корпуса, колёс, днища и подкрылков автомобиля от загрязнений; уборке и химчистке салона и багажника; полировке кузова и мойке двигателя.

Автомойка наиболее популярный бизнес среди тех, кто, не обладая какими-то специальными знаниями, желает начать доходное дело. Причем эту точку зрения нельзя назвать неверной: если вы сможете подобрать

участок земли (или уже готовый бокс), расположенный рядом с автотрассой, получить права аренды на него, решить многочисленные бюрократические формальности и найти средства для покупки оборудования, то вам останется только своевременно подбирать моющие средства и получать прибыль.

В нашей стране распространено три типа автомоек – мобильные, ручные и порталные, в настоящее время развивается четвертый тип – самообслуживание.

Мобильная автомойка создается на базе транспортного средства (например, Газели) и позволяет обслуживать клиентов в любом приспособленном для этого месте.

Портальные мойки оснащены автоматическими средствами для мойки автомобилей. Они имеют высокую пропускную способность и рентабельность, однако, при недостаточном уходе или невнимательности оператора, существует риск порчи автомобиля.

Мойка самообслуживания говорит сама за себя. Клиент самостоятельно моет свою машину. Такая мойка подразумевает достаточно высокие инвестиции для открытия и имеет смысл приоткрытии в городах с высокой плотностью населения.

Поэтому сейчас наиболее распространены ручные автомойки, где мойку автомобиля осуществляет мойщик, используя для этого специальные устройства подачи воды под давлением. Предлагаемый бизнес план автомойки ориентируется на именно этот тип моек.

Несмотря на временный спад услуг по автокредитованию, за последние годы число автомобилей выросло в разы. Соответственно, возросла потребность в услугах по обслуживанию автомобилей. В нашей стране люди привыкли сами мыть машину у себя во дворе. Но, в связи с неуклонным ростом числа людей, которых мы относим к среднему классу, предоставление услуг по мойке автомобилей является актуальным. Эта услуга востребована менеджерами среднего звена и предпринимателями всех категорий.

Услуги автомойки пользуются стабильным спросом, а, с постоянным увеличением количества автовладельцев, потребность в таких услугах будет только расти.

3.2 Мобильная автомобильная автомойка

Сравнительно недавно на российском рынке автомобильных моек появились новое направление: производство полностью автономных мобильных моек машин. В данном бизнес плане постараемся раскрыть все особенности нового продукта.

Данный тип автомоек представляют собой независимую от коммуникаций систему помывки автомобилей. Независимость реализуется за счет самодостаточной системы водо- и электроснабжения.

Вода закачивается в специальные вместительные контейнеры. Израсходованная вода проходит качественную очистку и вновь поступает в оборот. Электричество генерируется дизельным электрогенератором.

Автономность позволяет сэкономить средства на подключение к канализации и электричеству. Автономность делает модульную автомойку мобильной. Она может быть погружена на тягач и доставлена в любое место.

По сравнению со стационарной, мобильные автономные автомойки имеют следующие преимущества:

- Не требуется в строительства фундамента
- Быстрой срок ввода в эксплуатацию
- Имеют все разрешительные документы СЭС, а также сертификат на пожарное заключение.
- Не требуется проведение канализации, так как в модуле установлено оборудование для оборотной очистки воды.
- Нет необходимости подключать электричество, канализацию, водопровод и другие инфраструктурных линий.
- Легко демонтируются и транспортируются на новое место.
-

3.3 Месторасположение автомойки

Ключевой фактор успешности этого бизнеса – местоположение. Не секрет, что самым выгодным является размещение автомойки недалеко от таможенных и пограничных постов, в густонаселенном спальном районе города, у торговых центров, а также в непосредственной близости или даже непосредственно в бизнес центрах.

Необходимо обратить внимание на наличие удобного подъезда и выезда для транспорта. Если позволяет территория, то стоит предусмотреть небольшую стоянку для ожидающих автомобилей.

Как только будет определено размещения, необходимо решить вопрос с арендой земельного участка для установки мобильной автомойки. Для этого нужно будет обратиться в администрацию района, где будет открыта мойка, а также необходимо будет выяснить, кому принадлежит земельный участок.

Если земельный участок находится в собственности государства, то стоимость аренды будет не высокой, если же в частной собственности, то цена аренды может быть в разы выше.

Планируется разместить автомойку в городе Кемерово, рядом с торговым центром.

Важным преимуществом является то, что при установке мобильной автомойки наличие электрических сетей, водопровода и канализации не требуется, так данная мойка полностью автономна и имеет необходимое оборудование для работы: вода концентрируется в контейнерах и вывозится-завозится, а электроэнергия генерируется дизельным генератором.

3.4 Конкуренты на рынке

Конкуренция на этом рынке достаточно высока. Это объясняется тем, что моечный бизнес в нашей стране далеко не новинка.

Вопрос об отсутствии или наличии конкуренции можно рассмотреть двояко. С одной стороны, если поблизости конкурентов нет, весь поток машин устремится именно на вашу автомойку, но в этом случае не избежать «толкучки» автомобилей.

Если открыть «элитную» автомойку с большим ассортиментом услуг и соответственно не очень большой проходимостью, постоянные огромные очереди рано или поздно начнут раздражать клиентов.

В этом случае наличие конкурирующей автомойки неподалеку может и сыграть на руку владельцу бизнеса автомойка - если там будет большая очередь - большинство владельцев автомобилей не поленятся проехать километр-другой до соседней мойки, тем более, если одна из автомоек ориентирована на быстрое обслуживание, а другая на широкий спектр услуг и комфорт. Таким образом, будет иметь место своего рода «разделение клиентуры». В Кемерово достаточно большое количество автомоек, из анализа мы выяснили, что спектр услуг и ценовой диапазон практически одинаков. Мы считаем, что наше преимущество это круглосуточный график работы.

3.5 Маркетинг, реклама и сбыт

Без рекламы не сможет полноценно работать ни один бизнес автомойки.

Выбор предпочтительного способа известить автовладельцев об открытии автомойки зависит от ее месторасположения. Если мойка расположена недалеко от крупной автомагистрали с большим потоком машин, в прямой видимости, то возможно, достаточно будет большой красочной вывески и указателя или рекламного щита на обочине. Можно установить дорожный знак «автомойка» (по согласованию с ГАИ).

Знак «Мойка автомобилей» размещается непосредственно перед объектом.

Однако, достаточно часто знак «Мойка автомобилей» используется и как предварительный. Цель его — предупредить водителя о приближении к данному объекту.

В этом случае в нижней части знака указывается расстояние до объекта: 100-150 метров в населенном пункте; 400-800 метров (и даже 15-20 и 60-80 километров) вне населенного пункта. Через соответствующее знаку расстояние на пути следования будет располагаться мойка для автомобилей.

Если автомойка располагается в стороне от дороги, то на ближайшем к ней перекрестке устанавливается знак «Мойка автомобилей», в нижней части которого информация о расстоянии до объекта дополняется стрелкой, указывающей на необходимое направление движения.

Понять данный знак несложно: после поворота на перекрестке в направлении стрелки и проезда указанного расстояния водитель встретит на своем пути интересующий его объект.

Ниже приведена примерная стоимость установки дорожного знака «под ключ»:

- изготовление дорожного знака – 3010 руб.
- крепление «хомут» - 80 руб.
- стойка знака L=4 м – 1600р.
- установка стойки знака в грунт – 1800р.

Итого: 6490 руб.

Для завоевания рыночной доли при старте проекта возможно проведение акций, таких как «каждая десятая мойка бесплатно», продажа абонементов и других мероприятий, призванных повысить лояльность клиентов и создать свое ядро.

В дальнейшем, можно расширить спектр услуг, занимаясь покраской и лакировкой автомобилей, полировкой, шиномонтажом и т.п.

Мы будем распространять наш товар по каналу прямого маркетинга, так как наша услуга может осуществляться только при наличии потребителя.

Примерная стоимость рекламных затрат отражена в таблице 1.

Продвижение и реклама: так как наша фирма имеет небольшой бюджет, то мы не можем позволить вкладывать большое количество денег в рекламу, поэтому ограничимся распространением визиток и наружной рекламой. Эта реклама относительно недорогая.

Таким образом, обобщенный маркетинговый бюджет составит (таблица 1).

Таблица 1 – Расчет маркетингового бюджета, руб.

Маркетинговый бюджет	Количество, шт.	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Реклама:			
визитки	1000	3	3000
«Дорожный знак»	1	7000	7000
Итого реклама:			
ИТОГО	–	–	10 000

3.6 Количество услуг автомойки

Автомойка является достаточно сезонным видом заработка с пиками весной и осенью и спадами зимой и летом. Самый прибыльный период – после дождей, когда сохнут лужи.

В течении дня также можно наблюдать колебания приплыва посетителей (актуально для круглосуточных автомоек):

- 6.00 – первые клиенты;
- 8.00 – 10.00 – наблюдается утренний час пик желающих помыть машину, который спадает к обеду, так что
- 11.00 – 15.00 – можно считать периодом затишья, тогда как

- 17.00 – 19.00 – вечерним часом пик, который может превышать утренний раза в два;

- ночные часы – в это время основными клиентами становятся таксисты. Стоит предусмотреть специальные скидки для них.

В выходные дни количество клиентов несколько ниже, однако, их наплыв довольно равномерный в течение всего дня. Наименование перечня услуг автомойки отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Стоимость услуг автомойки

Наименование услуг	1*	2*	3*	4*	5*	6*	7*
Мойка							
Экспресс мойка	100	150		200		250	
Бесконтактная мойка	280	300	350	390	430	500	800
Нано мойка	450	500	650	750	850	1000	
Двигатель	300	340	400	450		500	
Удаление реагента (1 деталь)	80						
Удаление битума (1 деталь)	80						
Удаление тополя и насекомых (1 деталь)	80						
Пылесос							
Ковриков	100						
Багажника	120		130				150
Салона	170	170	180	190	210	210	250
Обработка							
Пластик	140		160	170	200	210	250
Стекла	140		160	170	180	200	250
Лобовое стекло	80	100					
Торпедо	100						
Кондиционер кожи (1 место)	100						
Проемы дверей силиконом	100						
Чернение резины	100						

Покрытие							
Жидкий воск	100	150	200	250	300		
Горячий воск	250	300	350	400	500		
Обработка двигателя лаком	200	250	300				
Химчистка							
Обивка левей	от 400	от 450	от 500	от 550	от 600	от 650	от 700
Продолжение таблицы 2	от 400	от 450	от 500	от 550	от 600	от 650	от 700
Багажника	от 500	от 550	от 600	от 650	от 700	от 750	от 800
Пластика	от 600	от 650	от 700	от 750	от 800	от 850	от 900
Пола	1800	1850	1900	2000	2100	2200	2300
Потолка	1800	2000	2200	2400	2600	2800	3000
Полировка							
Профессиональная полировка (1 деталь)	1000						
Полировка фар и фонарей (1 фара)	300						

1* - Мини автомобили

2* - Средний класс

3* - бизнес класс

4* - Представительский класс, универсалы, малые фургоны

5* - Джипы, минивэны, кроссоверы

6* - Большие джипы

7* - Удлиненные и высокие автобусы, фургоны, нестандарт

Таким образом, средняя цена оказываемых услуг:

- мойка кузова машины – 100-300 рублей,
- пропылесосить салон – 50-150 рублей,
- химчистка салона — 3000-6000 рублей.

Причем уровень цен зависит не от месторасположения мойки, а от ее престижности, включающей в себя современный дизайн, передовые технологии мойки и качество обслуживания.

Исходя из стоимости услуг и маркетингового анализа, средний чек автомойки составляет примерно 300 руб.

Примерно на мойке обслуживается 30-40 машин в день.

Круглосуточный режим является оптимальным графиком работы автомойки.

Считаем, что график работы авто-мойки будет 24-часовым.. С 8:00 до 10:00 и с 17:00 до 22:00 загрузка будет максимальной, а в остальное время она будет находиться на уровне 20% от максимальной.

Среднее время, необходимое на мойку одного авто примерно 20 мин., следовательно в час 3-и авто. Таким образом, в день через один пост будет проходить:

$$3 \cdot (2\text{ч}+5\text{ч}) + 3 \cdot (24-(2+5)) \cdot 20\% \approx 30 \text{ авто}$$

Через оба поста – 60 машин.

Итого в среднем на 2-х постовой мойке вымоется $30 \cdot 60 = 1800$ машин в месяц.

Это в случае полной загрузке на 100%. Однако, реально так не всегда возможно. Прогнозируя объем реализации необходимо учитывать возможный спрос. Для расчетов примем коэффициент загрузки Кз:

- Низкий спрос – загрузка 40%, коэффициент загрузки 0,4;
- Средний спрос – загрузка 70%, коэффициент загрузки 0,7;
- Высокий спрос- загрузка 100%, коэффициент загрузки 1.

Для стабильно работающего предприятия, как показывает практика, загрузка (продуктивность), при которой предприятие начинает приносить прибыль, составляет от 55 до 70%.

4 Результаты проведенного исследования

Автомойка наиболее популярный бизнес среди тех, кто, не обладая какими-то специальными знаниями, желает начать доходное дело.

Конкуренция на этом рынке достаточно высока. Это объясняется тем, что моечный бизнес в нашей стране далеко не новинка.

Исходя из стоимости услуг и маркетингового анализа, средний чек автомойки составляет примерно 300 руб.

Примерно на мойке обслуживается 30-40 машин в день.

Круглосуточный режим является оптимальным графиком работы автомойки.

Среднее время, необходимое на мойку одного авто примерно 20 мин., следовательно в час 3-и авто. Таким образом, в день через один пост будет проходить:

$$3 \cdot (2\text{ч} + 5\text{ч}) + 3 \cdot (24 - (2 + 5)) \cdot 20\% \approx 30 \text{ авто}$$

Через оба поста – 60 машин.

Итого в среднем на 2-х постовой мойке вымоется $30 \cdot 60 = 1800$ машин в месяц.

4.1 Расчет проекта

4.1.1 Необходимое оборудование для автономной автомойки

Строительство мобильной автомойки займет в среднем несколько дней, необходима предварительная подготовка фундамента для автомойки. Монтаж осуществляется при помощи специализированного подъемного крана.

Мобильная автомойка значительно менее требовательна, необходимы следующие коммуникации: электросеть и система вывода отходов.

Количество разрешений для строительства мобильной автомойки значительно меньше и редко превышает 10 инстанций, среди которых в том числе: ГИБДД, Минимущество, комитет по экологии и другие.

В настоящее время на рынке много предложение о продажах автономных модульных автомоек, но мы остановились на предложении фирмы ООО «Аквариус»

ООО «Аквариус» является разработчиком и производителем [автономных передвижных автомоек под маркой АМАР-1](#).

Мобильная мойка для автомобилей представляет собой модульный блок контейнерного типа, включающий автономный источник электроснабжения (дизель–генератор), оборудование для ручной мойки, емкости для чистой и отработанной воды, а так же систему очистки воды для оборотного водоснабжения по замкнутому циклу.

Так же комплект к мойке идёт полный пакет документов необходимых для работы:

- 1 Заключение СЭС .
- 2 Пожарное заключение.
- 3 Сертификат соответствия.
- 4 Паспорт.
- 5 Руководство по эксплуатации

Таким образом, при покупке автономной модульной мойки, необходимо только договориться об аренде земельного участка, найти персонал и можно приступать к работе.

Стоимость модуля на 2 автомобиля стоит 2 250 000 рублей

Кроме того. Необходимо оказать внимание комнате ожидания, туалету и администраторской. Ведь вашим клиентам все равно, насколько удобно в боксе. Но в комнате ожидания им придется провести около 30 минут.

Поэтому здесь должны быть обязательно:

- ремонт (с обустройством администраторской и туалетной комнат) – 100 000 рублей
- диван – 20 000 руб
- стол – 2 000 руб
- телевизор – 15 000 руб
- куллер – 5 000 руб

Обязательно угощайте клиентов кофе или чаем. Для этого достаточно будет простого кулера с нагревательным элементом. Перечисленные выше расходы вместе составят 142 000 рублей.

4.1.2 Подбор персонала

Количество обслуживающего персонала будет зависеть от количества рабочих смен. Многие автомойки работают в две и три смены. При полной загрузке считаем, что нам потребуется 9 человек, работающих в три смены, а так же администратор.

Таким образом, расходы на оплату труда составят $9 \cdot 20\,000 + 30\,000 = 210$ тыс руб в мес. Представим в виде таблицы 3.

Таблица 3 – Ориентировочная численность персонала.

Профессия	Количество человек	Среднемесячная заработная плата, руб.	Фонд оплаты труда, в месяц руб.	Социальные отчисления
Мойщик автомобиля	9	20 000	180000	54000
Администратор	1	30000	30000	9000

уборщица	1	6000	5000	1500
Итого	3	-	216 000	12600

4.1.3 Капитальные затраты для открытия автомойки

Капитальные затраты могут быть определены как любые затраты, понесенные при создании, приобретении, расширении или усовершенствовании актива, предназначенного для использования в компании. Важным моментом при этом является то, что выгода от таких капитальных затрат будет поступать на протяжении ряда учетных периодов. Капитальные затраты открытия автомойки отражены в таблице 4.

Таблица 4 – Капитальные затраты автомойки

Капитальные затраты	Стоимость руб.
Покупка модульной мойки	2 250 000
Транспортные расходы и монтаж	150 000
Оборудование комнаты ожидания	142000
Итого	2 520 000

4.1.4 Расходы на материалы

Приблизительно рассмотрим, какие материалы и какова их стоимость в смену.

Ниже в таблице 5 приведены расходы на материалы

Таблица 5 – Расходы на материалы на месяц

Наименование затрат	Дневной расход	Стоимость, за ед.	Расход, за смену, в руб.	Месячная выработка/30 смены
1	2	3	4	5
Расходы на дизельное топливо (2,4 литра в час)	32,40	29	940	28 188
Расходы на Продолжение таблицы 5	-	-	-	1 200
1	2	3	4	5
Расходы на замену воды				500
Расходы на замену катриджей фильтров				1 500
Расходные материлы (Шампунь, тряпки и тд)				2 000
Прочие расходы				6 600
Итого себестоимость			940	39 988

В таблице 6 представим общие расходы.

Таблица 6 – Общие расходы

Расходы на материалы	39988
Зарплата	216 000
Социальные отчисления	12600
Бухгалтерия (аутсортинг)	2500
Прочие	10 000

4.1.5 Выручка

На стандартной автомойке количество клиентов зависит от погоды и сезона. Большинство людей не видит смысла мыть машину в дождь, все равно через полчаса грязная будет. Дождливые периоды чаще всего бывают осенью и весной, также сюда можно отнести период оттепели, когда на улице слякоть. В такое время машину тоже мало кто моет. Спрос падает и в разгар лета: машина долго остается чистой, поэтому средняя частота посещений мойки падает.

Наибольший спрос возникает осенью, в момент похолодания, и в конце весны — после установления сухой погоды, т. е. в период межсезонья. А самая прибыльная погода — после дождя, когда высохли лужи. В тот момент, когда падает спрос на мойку кузова, внимание переключается на «внутренние» услуги: химчистку салона, протирку пластика, мойку ковриков и т. п.

Таким образом, деятельность автомойки подвержена значительным сезонным колебаниям, так рост выручки приходится на март – октябрь, а период ноябрь-февраль наблюдается снижение выручки.

Будим, исходит из того, что в пик сезона у нас будет 100% загрузка, а не в споровые месяца 70%.

Выручка на 2 машино-места, расположенной в городской черте и около оживленной трассы, представлена в таблице 7:

Таблица 7– Динамика выручки по месяцам

Месяц	Выручка, в руб.
Январь	378000
Февраль	378000
Март	540000
Апрель	540000
Май	540000
Июнь	540000
Июль	540000
Август	540000
Сентябрь	540000
Октябрь	540000
Ноябрь	378000
Декабрь	378000
средняя выручка	486000

Для того, что бы определить, выгодно ли вкладывать в данный проект деньги инвесторам, необходимо сопоставит выручку и прибыль, а также определит рентабельность и срок окупаемости проекта. Это оптимистичный вариант при 100% загрузке мощностей. Будем считать, что к 2019 году он

состоится. Будем считать, что в первый год работы автомойка будет загружена на 70 %, в 2018г. на 85% и последний год 100%.

Результаты финансовой деятельности характеризуются обобщенными показателями, приведенными в таблице 8.

Таблица 8 - Основные показатели финансовой деятельности, руб.

Показатели	2017 г	2018 г	2019 г
Выручка от реализации	4082400	4957200	5832000
Расходы	3373056	3421032	3473816,16
Прибыль отчетного периода	709344	1536168	2358183,84
УСН (15%)	106401,6	230425,2	353727,576
Чистая прибыль	602942,4	1305742,8	2004456,26

4.1.6 Рентабельность инвестиционного проекта

Зная предполагаемые расходы и доходы автомойки можно рассчитать рентабельность.

Рентабельность – это относительный показатель, определяющий уровень доходности бизнеса. Показатели рентабельности характеризуют эффективность работы организации в целом. Они более полно, чем прибыль, характеризуют окончательные результаты хозяйствования, потому что их величина показывает соотношение эффекта с наличными и потребленными ресурсами [26].

Рентабельность продаж (оборота) рассчитывается делением прибыли от реализации услуг на сумму полученной выручки.

Ниже представлен расчет показателя рентабельности продаж за период 2017 – 2019 гг.

$$R_{\text{продаж}} = \frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Выручка}};$$

$$R_{\text{продаж}} 2017г. = \frac{602942,4}{4082400} = 0.1476 \text{ или } 14,7\%;$$

$$R_{\text{продаж}} 2018г. = \frac{1305742,8}{4957200} = 0.263 \text{ или } 26,3\%;$$

$$R_{\text{продаж}} 2019г. = \frac{2004456,26}{5832000} = 0.344 \text{ или } 34,4\%.$$

Графически данную динамику можно представить на рисунке 5.

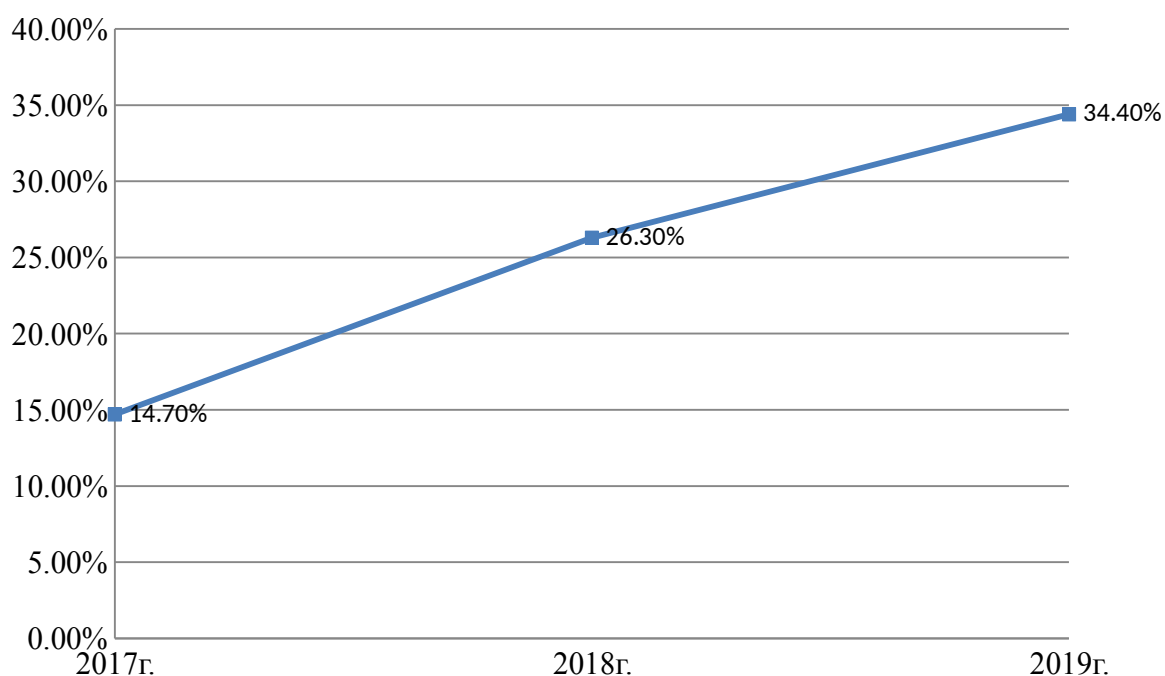


Рисунок 5 – Рентабельность проекта

Прибыль и рентабельность – это показатели, которые наиболее чётко отражают эффективность деятельности анализируемого предприятия, отражают рациональность использования ресурсов предприятием, а также доходность деятельности.

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что автомойка является развивающимся бизнесом.

Теперь рассчитаем окупаемость проекта.

Срок окупаемости инвестиций - время, которое требуется, чтобы инвестиция обеспечила достаточные поступления денег для возмещения инвестиционных расходов. Вместе с чистой текущей стоимостью (NPV) и внутренним коэффициентом окупаемости (IRR) используется как инструмент оценки инвестиций.

Срок окупаемости инвестиций - это превосходный показатель, предоставляющий вам упрощенный способ узнать, сколько времени потребуется фирме для возмещения первоначальных расходов. Это имеет особое значение для бизнеса, расположенного в странах с неустойчивой финансовой системой, или бизнеса связанного с передовой технологией, где стремительное устаревание товара является нормой, что превращает быстрое возмещение инвестиционных расходов в важную проблему.

Окупаемость проекта (PBP) равна отношению стоимости предпроизводственного периода к ежемесячной прибыли:

$$PBP = 2662000 : (3913141,46 : 36) = 24,4 \text{ месяца или } 2 \text{ года } 1 \text{ месяц}$$

Из расчётов в финансовом плане, делаем выводы о том, что предлагаемый проект является прибыльным вложением.

Целью выпускной квалификационной работы являлось разработка бизнес-плана организации автомойки.

Выполнены задачи, соответствующие цели проекта:

- проведен маркетинговый анализ рынка услуг автомойки;
- разработан маркетинговый и организационно-производственный плана создания мобильной автомойки;
- проведена оценка экономической эффективности реализации проекта, путем составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта.

В ходе работы нами были сделаны следующие выводы.

- 1 Прибыль от реализации в первый год составить 602942,4 руб., за второй год – 1305742,8 руб., за третий год – 2004456,26 руб.
- 2 Рентабельность проекта на третьем году реализации составит 34,4 %. Это достаточно высокий показатель, который говорит о прибыльности проекта
- 3 Срок окупаемости настоящего проекта: составляет 2 года и 1 месяц .

Таким образом, из расчётов, проделанных в выпускной квалификационной работе, можно сделать вывод о том, что предлагаемый проект является прибыльным вложением.