

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Юргинский технологический институт
Направление 38.03.01. Экономика
Кафедра Экономики и автоматизированных систем управления

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Разработка бизнес плана автомойки

УДК 005.511(083.92):629.3.082.4

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б30	Демченко Александр Сергеевич		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры ЭиАСУ	Полицинская Е.В.	к.пед.н.		

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДЭиФВ	Валуев Д.В.	к.т.н., доцент		

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
И.о. ЭиАСУ	Лизунков В.Г.	к.пед.н.		

Юрга – 2018г

Планируемые результаты обучения по ООП

Код результата	Результат обучения (выпускник должен быть готов)
P1	Применять глубокие гуманитарные, социальные, экономические и математические знания для организации и управления экономической деятельностью предприятий с соблюдением правил охраны здоровья, безопасности труда и защиты окружающей среды
P2	Применять типовые методики и действующую нормативно-правовую базу для экономических расчетов и представлять их результаты в соответствии со стандартами организации
P3	Ставить и решать задачи экономического анализа, связанные со сбором и обработкой экономических данных с использованием отечественных и зарубежных источников информации и современных информационных технологий, а также с анализом и интерпретацией полученных результатов
P4	Разрабатывать предложения по совершенствованию управленческих решений с учетом критериев их социально-экономической эффективности, используя современные информационные технологии
P5	Преподавать экономические дисциплины, разрабатывать и совершенствовать их учебно-методическое обеспечение
P6	Эффективно работать индивидуально, в качестве члена или руководителя малой группы, состоящей из специалистов различных направлений и квалификаций, нести ответственность за организационно-управленческие решения и результаты работы
P7	Активно владеть иностранным языком на уровне, позволяющем работать с информацией и документами в иноязычной среде
P8	Активно использовать навыки работы с компьютером как средством управления информацией с соблюдением требований информационной безопасности
P9	Демонстрировать глубокие знания социальных, этических, культурных и исторических аспектов развития общества и компетентность в вопросах прогнозирования социально-значимых проблем и процессов
P10	Самостоятельно учиться и непрерывно повышать квалификацию в течение всего периода профессиональной деятельности, в том числе с использованием глобальных информационных систем

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
ЮРГИНСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

Институт ЮТИ ТПУ

Направление 38.03.01 Экономика

Кафедра ЭиАСУ

УТВЕРЖДАЮ:

И.о.зав. кафедрой ЭиАСУ

_____ Лизунков В.Г.

(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

Бакалаврской работы

(бакалаврской работы, дипломного проекта/работы, магистерской диссертации)

Студенту:

Группа	ФИО
3-17Б30	Демченко А.С.

Тема работы: Разработка бизнес-плана автомойки

Утверждена приказом проректора-директора (директора) (дата, номер)	От 31.01.2018 №12/С
--	---------------------

Срок сдачи студентом выполненной работы:	01.06.2018г.
--	--------------

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ:

Исходные данные к работе <i>(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к особенностям функционирования (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.).</i>	<i>Объект исследования создание предприятия малого бизнеса</i>
--	--

<p>Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов</p> <p><i>(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).</i></p>	<p>Провести аналитический обзор литературных источников по теме исследования, необходимо в процессе исследования решить следующие задачи: проведение маркетингового анализа рынка по предоставлению аналогичных услуг; разработка организационно-производственного плана создания станция автомойки; оценка экономической эффективности реализации проекта, путем составления финансового плана и оценки рисков реализации проекта.</p>
--	---

<p>Перечень графического материала</p> <p><i>(с точным указанием обязательных чертежей)</i></p>	<p>Расчет маркетингового бюджета График работы автомойки Загрузка автомойки Капитальные затраты Численность персонала Ежемесячные затраты Общие расходы Основные финансовые показатели проекта Рентабельность проекта</p>
--	---

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы

(с указанием разделов)

Раздел	Консультант
«Социальная ответственность»	Валуев Дмитрий Викторович, к.т.н., доцент кафедры БЖДЭиФВ

Названия разделов, которые должны быть написаны на иностранном языке:

Реферат

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
--	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Полицинская Е.В.	к.пед.н.		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б30	Демченко А.С.		

**ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА
«СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»**

Студенту:

Группа	ФИО
3-17Б30	Демченко А.С.

Институт	Юргинский технологический институт	Кафедра	ЭиАСУ
Уровень образования	Бакалавр	Направление	38.03.01 Экономика

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

<i>1. Регламент положения КСО</i>	<p>1 ГОСТ Р ИСО 26000-2010 «Руководство по социальной ответственности». Настоящий стандарт идентичен международному стандарту ISO 20000-2010 «Guidance on social responsibility».</p> <p>2 Серией международных стандартов систем экологического менеджмента ISO 14000. Центральным документом стандарта считается ISO 14001 «Спецификации и руководство по использованию систем экологического менеджмента».</p> <p>3 GRI (Global Reporting Initiative) – всемирная инициатива добровольной отчетности.</p> <p>4 SA 8000 – устанавливает нормы ответственности работодателя в области условий труда .</p>

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

<i>1 Разработка программы корпоративной социальной ответственности</i>	Изучить понятие и принципы социальной ответственности.
<i>2 Определение стейкхолдеров организации</i>	Одна из главных задач при оценке эффективности существующих программ КСО – это оценка соответствия программ основным стейкхолдерам компании.
<i>3 Определение структуры программ КСО</i>	Задача студента на данном этапе назвать мероприятия КСО, реализуемые компанией, определить их тип, сроки реализации, стейкхолдеров и основные ожидаемые результаты программ
<i>4 Определение затрат на программы КСО</i>	Определяется бюджет программ КСО предприятия. Важным этапом является определения вклада организации при эквивалентном финансировании или при корпоративном волонтерстве.

5. Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций	Критерии оценки социальной ответственности бизнеса могут быть различными в зависимости от ряда факторов. В качестве критериев может выступать оценка охраны окружающей среды, качества производимых товаров и услуг, отношений с работниками, активности в различных благотворительных программах.
Перечень графического материала:	
При необходимости представить эскизные графические материалы к расчётному заданию (обязательно для специалистов и магистров)	-

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику	
--	--

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент кафедры БЖДЭиФВ	Валуев Д.В.	к.т.н., доцент		

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3-17Б30	Демченко А.С.		

Реферат

Выпускная квалификационная работа содержит 61 страницы, 10 таблиц, 2 рисунка, 7 формул, 26 источников литературы.

Ключевые слова: предпринимательство, проект, планирование, бизнес-план, станция технического обслуживания, анализ, рынок, организация, автомойка, прибыль, эффективность.

Объектом исследования является организация малого предприятия станции технического обслуживания.

Цель работы – разработка бизнес-плана по организации портальной автомойки.

В ходе работы решены следующие задачи:

- исследован рынок аналогичных услуг;
- рассчитан бизнес-план по организации 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

Abstract

Final qualifying work contains 61 pages, 10 tables, 6 figures, formulas 7, 26 literature sources.

Keywords: enterprise, project, plan, business plan, service station, analysis, market, organization, car, income, efficiency.

The object of research is the organization of small business service station. The purpose of the development of a business plan for the organization of a mobile car wash.

In the course of the following tasks are solved:

- studied the market of similar services;
- designed a business plan for the organization of a mobile car wash.

Car business is the most popular among those who, without having any special knowledge, want to start a profitable business. Despite a temporary downturn car loan services, in recent years the number of cars has increased significantly. Accordingly, the increased demand for car maintenance services. In our country, people are used to wash the car themselves in his yard. However, due to the steady increase in the number of people we refer to the middle class, the provision of cleaning services for vehicles is relevant.

Содержание

Введение	11
1 Обзор литературы	13
1.1 Теоретический анализ понятия и виды бизнес-плана	13
1.2 Методика разработки бизнес-плана	21
2 Объект и методы исследования	25
3. Расчеты и аналитика	27
3.1 Описание проекта	27
3.2 Портальная автомойка	29
3.3 Месторасположение автомойки	32
3.4 Конкуренты на рынке	33
3.5 Маркетинг, реклама и сбыт	34
3.6 Количество услуг автомойки	36
3.7 SWOT-анализ	38
4 Результаты проведенного исследования	40
4.1 Расчет проекта	41
4.1.1 Подбор персонала	41
4.1.2 План доходов и расходов автомойки	42
4.1.3 Эффективность проекта	47
4.1.5 Факторы риска	49
5 Социальная ответственность	52
5.1 Разработка программы корпоративной социальной ответственности	52
5.2 Определение стейкхолдеров организации	54
5.3 Определение структуры программ КСО	56
5.4 Определение затрат на программы КСО	58
5.5 Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций	59

Заключение	60
Список использованных источников	61

Диск CD-R	В конверте на обороте обложки
-----------	-------------------------------------

Введение

В каждом городе можно насчитать достаточно большое число автомоек. Казалось бы, эта ниша бизнеса заполнена. Но, принимая во внимание тот факт, что с каждым годом увеличивается число автовладельцев, можно смело утверждать – спрос на данную услугу будет только расти. Поэтому автомойка – достаточно перспективный и прибыльный бизнес.

Актуальность темы определили цель и задачи работы.

Цель работы: разработать бизнес-план автомойки.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи:

- Провести маркетинговый анализ рынка по предоставлению аналогичных услуг;
- Разработать организационно-производственный план создания автомойки;
- Оценить экономическую эффективность реализации проекта, из анализа 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. Проанализированы научные статьи в области реализации аналогичного бизнеса, а также проведены расчёты и получены результаты, которые автор лично получил в процессе составления бизнес-плана. В работе применялся системный подход, статистический анализ, прогнозирование, сравнение, графические методы, анализ литературных источников и другие общенаучные приёмы познания. Основу информационной базы составили 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 автором эффективности бизнес-планирования.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в возможности реализовать на практике предлагаемый проект и 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.

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



Рисунок 1 – 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. Также 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 информации необходимо уделить внимание следующим вопросам:

- 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. 2).



Рисунок 2 – 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,
- специфику рынка, например, затруднение 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 требуемое 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);

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

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

Каждое слагаемое $CF_t / (1 + D)^t$ — дисконтированный денежный поток на шаге t .

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:

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

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. Предпринимательская деятельность в любом виде всегда связана с рисками. Предпринимательский или коммерческий риск – это опасная вероятность, что предприниматель понесёт убытки, такие как: возникновение незапланированных расходов выше предусмотренных прогнозом, получение доходов ниже тех, которые были запланированы и на которые он рассчитывал.

Рассмотрев основы бизнес - планирования, можно придти к следующим выводам. 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. Правильно составленный, грамотный и интересный бизнес-план позволит с лёгкостью убедить инвестора, в том, что предприниматель имеет перспективную идею, имеет четкое представление, как развить свой бизнес и как реализовать осуществление всех намеченных планов. Следовательно, инвестор спокойно вложит свои средства в предлагаемую 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.

1.2 Методика разработки бизнес-плана

Разрабатывать бизнес-план может предприниматель, менеджер, консалтинговая организацией или фирмой. Если у предпринимателя, например, возникла идея по оказанию новой услуги или по освоению изготовления новой продукции или просто идея нового метода организации или управления производством (любая инновация), он представляет свою идею и разрабатывает для нее бизнес-план. Для крупного предприятия стратегия развития разрабатывается в виде развернутого бизнес - плана.

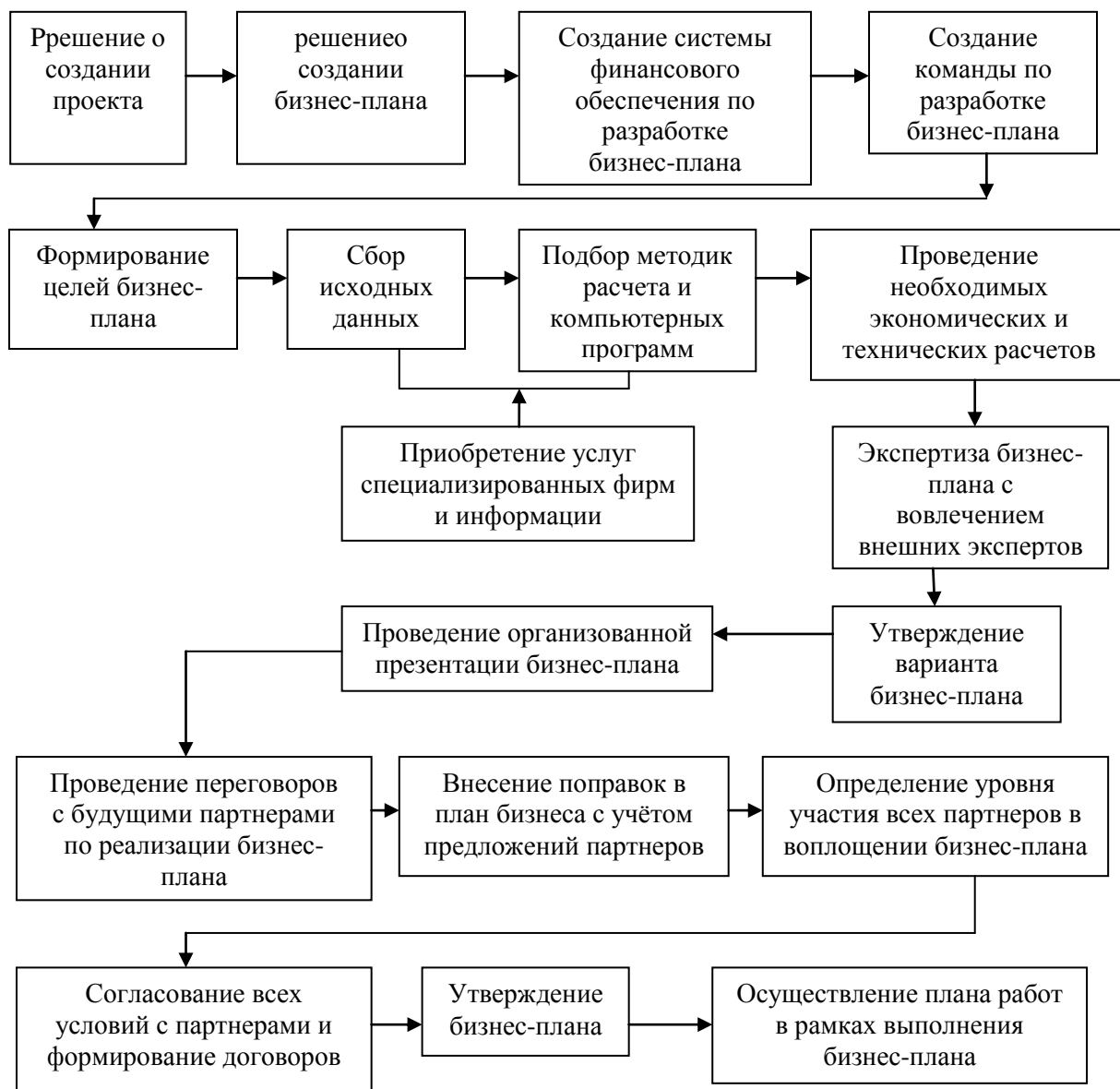


Рисунок 3 – Схема организации бизнес-плана

В современных условиях на российском рынке по разработке бизнес-планов существуют следующие достаточно известные мировые методики:

- «UNIDO» (Организация Объединенных Наций промышленного развития) – это специализированное учреждение ООН по подготовке технико-экономических промышленных обоснований для развивающихся стран;
- «World Bank» (Всемирный банк развития и реконструкции);
- фирма «Goldman, Sachs & Co» (крупнейший банковский дом, являющийся одним из лидеров мирового инвестиционного бизнеса);

– фирма «Ernst & Young» (консультационно-аудиторская интернациональная организация).

Основа всех перечисленных методик разработки бизнес-планов представлена на рисунке 4.

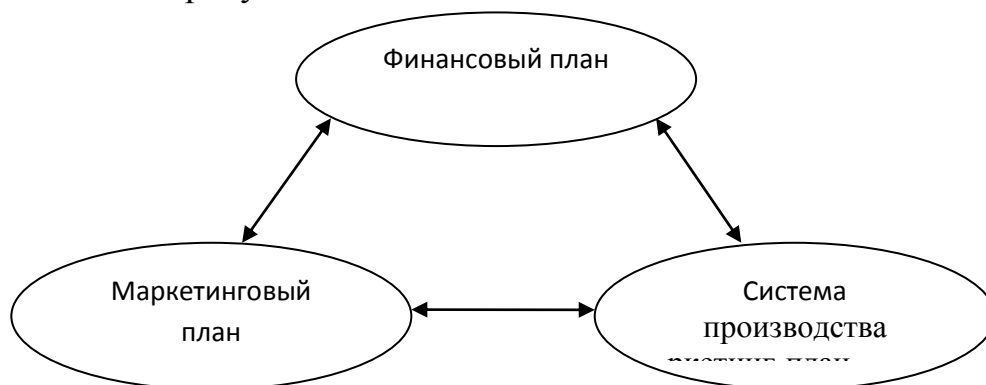


Рисунок 4 – Основа методик бизнес - планирования

Именно эти основные ключевые разделы, взаимосвязанные между собою, и заложили фундамент стандартов формирования бизнес-планов в России.

Содержание основных разделов бизнес-плана остается практически неизменным, несмотря на внешние отличия различных вариантов их структур. Изучение и обобщение зарубежного и отечественного опыта бизнес-планирования и опыта работы в области планирования бизнеса позволяет предложить самую выгодную и оптимальную структуру бизнес-плана организации:

- 1 резюме;
- 2 описание организации (предприятия) или отрасли;
- 3 описание продукции (услуг, работ);
- 4 анализ рынка сбыта;
- 5 анализ конкурентов, выявление конкурентного преимущества;
- 6 план маркетинга;
- 7 план производства;
- 8 организационный план;

- 9 план финансирования;
- 10 антикризисный план.

2 Объект и методы исследования

Объектом исследования выступает организация открытия портальной автомойки.

Каждый автовладелец стремится к тому, чтобы его машина выглядела чистой и опрятной. В связи с тем, что транспортная насыщенность современных автомобильных дорог постоянно возрастает, а осуществлять должный уход за машинами в домашних условиях достаточно проблематично, открытие и содержание автомоечного пункта становится перспективной и прибыльной деятельностью.

Сегодня автоматизированная автомойка – это гарантия качественного результата, низкая себестоимость и высокая скорость помывки. В этой системе влияние человеческого фактора практически отсутствует. Подобная автомойка может работать 24 часа в сутки, что является дополнительным обстоятельством для клиента при принятии решения о том, где лучше помыть свою машину.

Помимо этого, время обслуживания одного автомобиля, в зависимости от выбранной программы, составляет от 4 до 10 минут. На таких мойках нет предварительной записи, обслуживание происходит в порядке живой очереди. На сегодняшний день «автоматы» являются самым передовым решением не только для клиента, но и для владельца подобного устройства. -

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.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы следующие методы научного исследования:

- метод диалектического материализма;
- изучение нормативно-правовой базы;
- аналитический метод;
- обобщение.

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.

Для открытия автомойки нужны следующие документы:

- обратиться в городской совет и получить у них разрешение на открытие автомойки.
- в случае постройки нового здания нужно будет обратиться в местную проектную организацию, которая создаст вам соответствующий проект с учетом требований законодательства.
- оформить разрешения на открытие в санстанции и пожарной инспекции.
- получить разрешительные бумаги в управлении охраны окружающей среды.
- получить акт на землю.

Мойки бывают автоматические и “ручные”. Наиболее перспективными являются именно автоматические мойки, которые позволяют обслуживать большое количество автомобилей за минимальное время. Автоматические мойки делятся на два типа:

- 1 Туннельные.
- 2 Портальные.

В тоннельной мойке автомобиль устанавливается на специальную конвейерную ленту и автоматически перемещается по боксу, выезжая с другой стороны полностью отмытым. В порталной мойке автомобиль загоняется в бокс и моется тремя щетками: двумя вертикальными и одной горизонтальной. Щетки перемещаются в пространстве, качественно отмывая все загрязнения. Портальная мойка очень компактная — она хорошо вписывается в любое помещение. Процесс мытья в автоматических мойках обычно в 2-3 раза быстрее, чем в ручных, поэтому за рабочий день можно обслужить больше клиентов и сэкономить на персонале.

Основные преимущества и возможности, которые заложены в данном виде бизнеса:

- благодаря уникальной технологии автомойки не требуют дорогостоящих согласований и капитальных вложений. Это открывает возможность создавать бизнес, имея небольшой стартовый капитал. Кроме того, быстрая окупаемость небольших затрат оставляет возможность оперативного расширения мойки на ещё 1-2 бокса, что позволит (при должном потоке клиентов) увеличить оборот одной административной точки;

- учитывая мобильность конструкции, всегда можно оперативно реагировать на определённые массовые мероприятия, предлагая услуги мойки там, где стихийно появляется большое скопление машин. Например, перевезти блок-контейнер к ведущему городскому ТРЦ в выходной день. Пока автовладельцы будут проводить время за покупками и развлечением можно осуществлять непосредственную деятельность;

- выездные выставки, картинги, автошоу, работа с автосалонами и иные ситуационные программы сотрудничества дают возможность дополнительного заработка;

- при положительной динамике бизнеса, такие блоки можно устанавливать по предварительной договорённости с муниципалитетом там, где затруднено сооружение иного вида боксов для обслуживания

автомобилей: садовые товарищества, культурно-исторические районы города, санитарные зоны возле водоёмов и мн.др.;

- сама по себе инновационная технологическая составляющая даёт возможность обыграть идею и сделать её ведущим брендовым преимуществом. Создание корпоративного сайта, предложения франчайзинга, предложения участия в мероприятиях будут дополнительным конкурентным преимуществом;

- сотрудничество с предприятиями и госучреждениями, где мойка автопарка является обязательным условием работы; заключение договоров на обслуживание или установка мобильного бокса для обслуживания предприятия;

- в самом боксе можно оформить витрину косметических и сопутствующих товаров по уходу за автомобилем;

- учитывая мобильность конструкции, дополнительный доход может принести размещение рекламы на глухих стенах бокса.

3.2 Портальная автомойка

Портальная автомойка имеет П-образную форму и три большие щетки – одну горизонтальную и две вертикальных. Автомобиль стоит на одном месте, и щетки перемещаются относительно него. И тот, и другой тип системы допускает бесконтактное мытье, т. е. исключает воздействие щелочных составов и основан на устранении загрязнений с применением сильного напора воды. Портальные автомойки хорошо «вписываются» в небольшие помещения, так как такая система представляет собой одиночный модуль, оборудованный настраиваемыми под любой тип кузова щетками.

Имеют ряд достоинств: большая пропускная способность, доходность. Представляют собой полностью автоматизированный процесс мойки.

Если для легковых машин мойка доступна практически в каждом городе, то в случае с большегрузными фурами статистика оставляет желать

лучшего. Портальная автомойка позволяет оказывать качественную услугу грузовым автомобилям.

Мойка грузовых автомобилей как бизнес — это не только перспективное, но и высокорентабельное предприятие. Прибыль от подобной деятельности может значительно превысить доход, получаемый с автомоек для легковых машин.

Владельцу легкового автомобиля, мытье машины обходится в 150 руб. (средняя цена услуги).

Минимальная стоимость мойки грузовых автомобилей варьируется от 400 до 1200 руб.

Поэтому стоит активно развивать данную отрасль, это принесет немалую прибыль, даст возможность владельцам грузовых авто держать свой грузовой автомобиль в чистоте, и обеспечит людей рабочими местами.

Для открытия автомойки необходимо:

1 Регистрация собственной фирмы. Это может быть ИП или ООО. Код по ОКВЭД будет 20.3 — Предоставление прочих видов услуг по техническому обслуживанию автотранспортных средств. Этот код актуален и для 2016 года.

2 Предприниматель может выбрать УСН или ЕНВД. Во втором случае возможны два варианта — УСН «Доходы» 6% или УСН «Доходы минус расходы» 6-15% (ставка определяется в зависимости от региона).

3 Если необходимо принимать оплату от клиента по банковским картам, то открываем расчетный счет для ИП.

4 В приказе Роспотребнадзора №776 от 21.11.2005 года (пункт 19) указаны документы, необходимые для получения СЭЗ.

5 Услуги по мойке машин не обязательно должны быть сертифицированы. Это дело сугубо добровольное.

6 Приобретая необходимое оборудование, нужно позаботиться о наличии документов, которые значительно упростят открытие мойки. Сюда

входит соглашение по экологии «Охрана окружающей среды», лицензия, сертификаты, типовое экспертное заключение.

7 Важно соответствовать всем санитарным и пожарным нормам. Это упростит процедуру получения соответствующих разрешений.

8 При использовании ККМ необходима его регистрация до того, как начнется работа организации.

9 Стоит обзавестись договором с соответствующей компанией о вывозе твердых бытовых отходов. Уборка прилегающей территории в данном случае не понадобится. Загрязняться окружающая среда не будет, все работы будут проводиться в помещении (большом гараже, огороженном со всех сторон и препятствующем попаданию воды и грязи во внешнюю среду).

10 Должен быть договор на оказание коммунальных услуг (электричество, вода).

В целях реализации проекта регистрируется ИП. Форма налогообложения – УСН с объектом налогообложения «выручка» по ставке 6%. Виды деятельности согласно ОКВЭД-2:

– 45.20 «Услуги по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств» - рекомендуется указать, как основной, кроме этого можно указать:

– 45.20.3 Мойка автотранспортных средств, полирование и предоставление аналогичных услуг.

– 50.20.3 Предоставление прочих видов услуг по техническому обслуживанию автотранспортных средств

– 77.39 Аренда и лизинг прочих видов транспорта, оборудования и материальных средств, не включенных в другие группировки.

Следует обратить внимание, что юристы не советуют указывать основным видом деятельности мойку автотранспортных средств, так как фактически на автомойке самообслуживания основной услугой выступает аренда специализированного оборудования, а мойку автомобиля осуществляет непосредственно клиент. На основании данного факта, ФНС

классифицирует деятельность автомоек самообслуживания как «оказание услуг по сдаче специального оборудования и рабочей площади для помывки автомобилей в аренду».

Успех автомойки наполовину (если не больше) зависит от правильно выбранного места работы. Чаще всего владельцы располагают свои мойки рядом с въездами в город, трассами, около крупных городских дорог, пограничных постов. Такие места являются очень удачными. Ведь нельзя забывать, что почти все клиенты будут «случайными», в данном виде бизнеса довольно тяжело сформировать собственную клиентскую базу.

3.3 Месторасположение автомойки

Ключевой фактор успешности этого бизнеса – местоположение.

Правильное расположение автомойки – одно из главных условий ее успешного процветания, прежде всего, туннельный комплекс должен находиться на виду. Вторым важным условием при выборе места является отсутствие в ближайшем окружении конкурентов. На этапе поиска рекомендуют уделить внимание следующим зонам: спальным районам; городским бизнес-центрам (возле офисных зданий); областям возле крупных трасс, имеющих высокую автомобильную насыщенность; участкам возле СТО, заправок и автопарков.

При выборе помещения под порталную автомойку существует три варианта:

- Приобретение строения в собственность.
- Строительство нового здания.
- Аренда.

Мы будем строить собственное здание под порталную автомойку.

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.

Ежедневно с каждым километром любой автомобиль в той или иной степени загрязняется. Все мы привыкли видеть автомойки для внедорожников, микроавтобусов и легковых автомобилей, однако мест, где можно помыть фуру длиной в 20 метров, катастрофически не хватает. Не каждое производство, а уж тем более продуктовый склад не пропустит на свою территорию грязный авто, такие требования к большегрузным авто чаще встречаются на складских продуктовых базах. Если для легковых машин мойка доступна практически в каждом городе, то в случае с большегрузными фурами статистика оставляет желать лучшего.

Кроме того в городе подобной автомойки не существует. На рынке имеются только ручной тип автомойки. В этом будет наше преимущество.

Если говорить о потенциальных покупателях, то это будут люди с автомобилями, естественно. В основном, мужчины в возрасте от 20 до 55 лет. Такой контингент отдает предпочтение качеству услуги, на внутреннее убранство особого внимания потребители этого сегмента не обращают внимания. Доходы потенциальных покупателей средние и выше среднего. Граждане с низким доходом, как правило, осуществляют мойку машин собственными силами.

Женщины тоже пользуются услугой автомоек. Они обращают внимание на внешний вид работников, их ухоженность, наличие вывесок. Сегодня женщины за рулем значительно «помолодели». Стоит ориентироваться на дам в возрасте 20-45 лет со средними и высокими доходами.

3.5 Маркетинг, реклама и сбыт

Маркетинговая политика в автомоечном бизнесе, прежде всего, представляет собой грамотно продуманную и организованную рекламу. Рекомендуется воспользоваться следующими способами ее реализации.

- 1 Подготовить большую вывеску.
- 2 Оборудовать оповещающие знаки и ориентирующие таблички.
- 3 Разместить привлекающую информацию об автомойке в различных автожурналах и газетах. Изготовить красочные визитки.
- 4 Подготовить видеоролик для показа на телевидении.

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.

Таким образом, обобщенный маркетинговый бюджет составит (таблица 2).

Таблица 2 – Расчет маркетингового бюджета, руб.

Маркетинговый бюджет	Количество, шт.	Цена, руб.	Стоимость, руб.
Реклама:			
визитки	1000	3	3000
«Дорожный знак»	1	7000	7000
Видеоролик на телевиденье	1		20000
Итого реклама:			
ИТОГО	–	–	30000

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.

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 течение 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;

Мы планируем, что автомойка будет работать с 7.00 до 23.00.

В выходные дни количество клиентов несколько ниже, однако, их наплыв довольно равномерный в течение всего дня.

Сегодня автоматизированная автомойка – это достижение качественного результата, низкая себестоимость и высокая скорость помывки. Влияние человеческого фактора этой системе практически отсутствует. Такого рода автомойка может работать круглосуточно, что является дополнительным преимуществом, когда клиента при принятии решения о том, в какое время ему лучше помыть свою машину. Вероятнее всего, автолюбитель отправится на круглосуточную автомойку, зная, что она всегда открыта. Кроме всего прочего, время на обслуживание одного автомобиля, в

зависимости от выбранной программы, составляет от 5 до 10 минут. На таких мойках обслуживание происходит в порядке живой очереди, так как нет предварительной записи.

Портальная мойка представляет собой П-образную станину с различными интегрированными опциями, которые автоматически включаются в зависимости от выбранной программы. Пропускная способность такой автомойки – 8 – 10 машин в час, что уже заметно больше, чем в случае с ручной мойкой.

Преимущество:

- на объекте работает один человек\оператор. Ручной блочной автомойке требуется как минимум, 3-4 сотрудника, то на автоматизированном оборудовании нужен всего один человек. Он сделает предварительную помывку, произведет визуальный осмотр машины, установит необходимую программу и примет оплату.
- низкая себестоимость помывки одной машины. Если на оборудовании предусмотрена система оборотного водоснабжения, то из 120 литров, необходимых на 1 автомобиль, мы используем из крана всего 15. То есть расходы на водоснабжение значительно снижаются. Затраты на электроэнергию в этом случае не превысят 1 кВт на 1 машину. 5-ти рублей– это стоимость необходимых химических средств на один автомобиль. В автоматических системах стоят датчики дозирования, которые очень точно и экономно расходуют реагенты.
 - количество машин в сутки достигает 90-100
 - возможность заложить несколько программ на разные бюджеты

В расчетах будем исходить из 50% загрузки автомойки.

В среднем, через портальную автомойку за час при 50% загрузки может пройти 4 машины. Таким образом: $4 \cdot 16 =$ около 64 машины.

3.7 SWOT-анализ

Открывая собственную ручную автомойку, необходимо провести тщательное исследование. Стоит прибегнуть к SWOT-анализу. Эта методика позволяет изучить бизнес всесторонне, указать на недостатки и возможности.

Принято разделять факторы на внешние и внутренние. На первые повлиять или изменить их невозможно. К ним относят:

1. *Возможности:*

- Увеличение количества автомобилей и, как следствие, рост количества потенциальных клиентов, спроса на услугу.
- Рост доходов населения.
- Снижение уровня конкуренции.
- Свободный вход на рынок, отсутствие барьеров.
- Возможность открытия смежного бизнеса (автосервиса, например).
- Предоставление сопутствующих услуг.
- Продажа запчастей, средств для ухода за автомобилем и прочее.

2. *Угрозы:*

- Рост конкуренции.
- Увеличение налогового бремени.
- Законодательные изменения (например, повторное введение лицензирования).
- Снижение спроса из-за экономического спада и меньшей покупательной способности.
- Вынужденный переезд на новое место.
- Необходимость выполнения требований СЭС (в особенности тех, которые касаются воды и обслуживания помещения).
- Сезонность бизнеса, резкий спад дохода вследствие этого.

Внутренние факторы можно изменять, работать над недостатками, устранять их. А сильные стороны использовать себе во благо, усиливать их влияние. К внутренним факторам относят:

1 *Сильные стороны:*

- Относительно низкий уровень конкуренции на выбранной территории.
- Выгодное расположение.
- Возможность принятия на работу опытных работников.
- Поиск выгодных условий аренды помещения.
- Низкие затраты на предоставление услуги (в особенности сырья).
- Приемлемость и доступность цен для клиентов.
- Возможно изменение стоимости услуги.
- Низкий уровень последующих затрат.
- Почти все затраты напрямую связаны с объемом работы, что снижает возможные убытки до минимума.

2 *Слабые стороны:*

- Отсутствие опыта работы в данной сфере.
- Отсутствие постоянных клиентов.
- Нулевая деловая репутация организации.
- Ограниченность спроса обусловлена площадью арендуемого помещения.
- Работа с водой – необходимость постоянной уборки, поддержания чистоты, что в данных условиях весьма затруднительно.
- непрофессионализм работников.
- Отсутствие обучающих курсов, подготовки специалистов.
- Отсутствие мотивации у работников.
- Довольно длительный и серьезный этап подготовки помещения.

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 150 руб. для легкого автомобиля и 600 для грузового.

Примерно на мойке обслуживается 30-40 машин в день.

Круглосуточный режим является оптимальным графиком работы автомойки.

В расчетах будем исходить из 50% загрузки 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;

Однако, в среднем, через порталную автомойку за час при 50% загрузки можно обслужить 4 машины. Таким образом: $4 \cdot 16 = 64$ машины.

Таким образом, одна порталная установка может выпускать чистый, сухой и отполированный автомобиль каждые 3-5 минут. 12-20 машин в час –

цифра, которая сопоставима с пропускной способностью ручной автомойки. Расположив мойку в людном месте – на въезде в городе, у большой автострады или парковки супермаркета, вы обеспечиваете постоянный транспортный поток. В этом случае срок окупаемости портала сократится до 1 года. Благодаря технологии интеллектуального наклона щеток обеспечивается более плотный контакт с машиной. При мойке автомобиля на него наносится воск, снижающий уровень оседания пыли, грязи и воды на поверхность кузова. Бесконтактная порталная автомойка - это одна из опций оборудования, которая исключает любой вид механического контакта с машиной. Расходы по эксплуатации портала на обслуживание одного автомобиля на порядок ниже, чем у ручной автомойки, а значит, это позволит установить более низкую цену на услугу и тем самым обеспечит стабильный спрос. Заказав порталную автомойку максимального размера (ширина 270 см и высота 290 см можно мыть в ней микроавтобусы и спецтехнику. Портальные автомойки нового образца имеют привлекательный дизайн и большое разнообразие оформления фасадов.

4.1 Расчет проекта

4.1.1 Подбор персонала

Прежде всего, потребуются опытные мойщики, осуществляющие дополнительные виды чистки автомобилей. Необходим квалифицированный специалист по обслуживанию основной моечной установки и, возможно, бухгалтер, который будет составлять отчетность. Для поддержания имиджа моечного пункта важно обеспечить сотрудников специальной униформой, для которой продумать отличительные детали (логотип организации). Сотрудники автомойки должны выполнять обязанности качественно, работать быстро, оперативно реагировать на возникающие задачи. Наличие

технических знаний необязательно. Однако потребуется хорошая физическая форма для работы с аппаратами высокого давления.

На один бокс достаточно 3-х сотрудников.

Количество обслуживающего персонала будет зависеть от количества рабочих смен. Многие автомойки работают в две и три смены. Планируется работа в две смены.

Представим расходы на оплату труда таблице 2.

Таблица 3 – Ориентировочная численность персонала.

Профессия	Количество человек	Среднемесячная заработная плата, руб.	Фонд оплаты труда, в месяц руб.	Социальные отчисления
Мойщик автомобиля	3	20 000	60000	19800
Бухгалтер	1	10000	10000	3300
Итого	4	-	70000	23100

4.1.2 План доходов и расходов 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.

Для бизнеса мы выбираем порталную мойку MSTART. Эта модель подойдет для мест с небольшим трафиком, или под установку в автомобильный центр для мойки входящих машин. Рекомендуемая загрузка не более 1200 автомобилей в месяц.

Особенности:

- Моет автомобили шириной до 2.4 метров и высотой до 2.7 метров
- Допускает подключение оборотной воды
- Настройка 6-ти быстрых программ
- Выбор 15-ти программ из 200-г возможных
- 23 цвета облицовочных панелей
- Комбинации цветовых решений щеток и станины
- Щетки из карлайта, текстиля и полиэтилена
- Два варианта панелей облицовки

В зависимости от выбранного оборудования, возможна работа следующих программ:

- Вода
- Шампунь
- Осушающий воск
- Полировочный воск
- Защитный воск
- Химическое замачивание
- Активная пена
- Ополаскивание осмосом
- Мойка кузова щетками
- Полировка кузова щетками
- Высокое давление кузова
- Высокое давление колес
- Мойка колес щетками
- Мойка днища
- Сушка

Портальная мойка Istobal MSTART является базовым решением в автомоечном цикле, и может выполнять задачи на участках со средней проходимостью автотранспорта.

Проект предусматривает использование мойки, которая исключает механическое воздействие предметов, обладающих разрушающим действием на лакокрасочное покрытие автомобиля.

При работе автомойки используются химические моющие средства, предназначен для обезжиривания и удаления смазки и отложений ГСМ с двигателей автотранспортных средств, трансмиссий и других механических соединений. Он не оставляет пятен и не повреждает металл, не оставляет следов на лакокрасочном покрытии, резиновых и пластиковых деталях. Имеет слабое пенообразование и не содержит растворителей. Длительность контакта не менее 5 минут.

Таким образом все необходимые затраты отражены в таблице 3.

Статьёй 346.20 Налогового кодекса РФ устанавливаются следующие налоговые ставки по налогу, взимаемому в связи с применением Упрощённой системы налогообложения (УСН):

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

Таблица 4 – План расходов на открытие мойки

Вид расходов	Стоимость, тыс.руб.
Портальная мойка	2500
Монтаж мойки	50
Навес	50
Открытие ИП	0,3
Химические вещества	10
Прочие расходы (получение разрешений и т.д.)	50
Вагончик бытовка б\у	59
Реклама	21
ИТОГО	2740,3

Было решено использовать первую схему выплаты налогов, т.е., 6% от дохода.

Таблица 5 – Текущие расходы в месяц

Вид расходов	Стоимость, тыс.руб.
Свет/Вода	20
Химические вещества	15
Заработная плата	70
Социальные отчисления	23,1
Налоги	6% от доходов
Расходные материалы (обслуживание мойки)	5
Реклама	21
ИТОГО	154,1

Так как при расчетах мы будем исходить из 50% загрузки автомойки, то примерные доходы можно приблизительно определить следующим образом:

$$64 \cdot 150 \cdot 30 = 288888$$

Таблица 6 – План доходов и расходов, руб.

Мойка автомобилей (выручка)	288888
Ежемесячные расходы	154100
Налоги	17333,28
Итого прибыль	117454,72

Предположим, что выручка от деятельности автомойки будет увеличиваться на 10% в год. Результаты финансовой деятельности характеризуются обобщенными показателями, приведенными в таблице 6.

Таблица 7 – Основные показатели финансовой деятельности, руб.

Показатели	2019 г	2020г	2021 г
Выручка от реализации	288888	317776,8	349554,48
Расходы	154100	158600	163450
УСН	17333,28	19066,608	20973,26
Чистая прибыль	117454,72	140110,12	165131,22

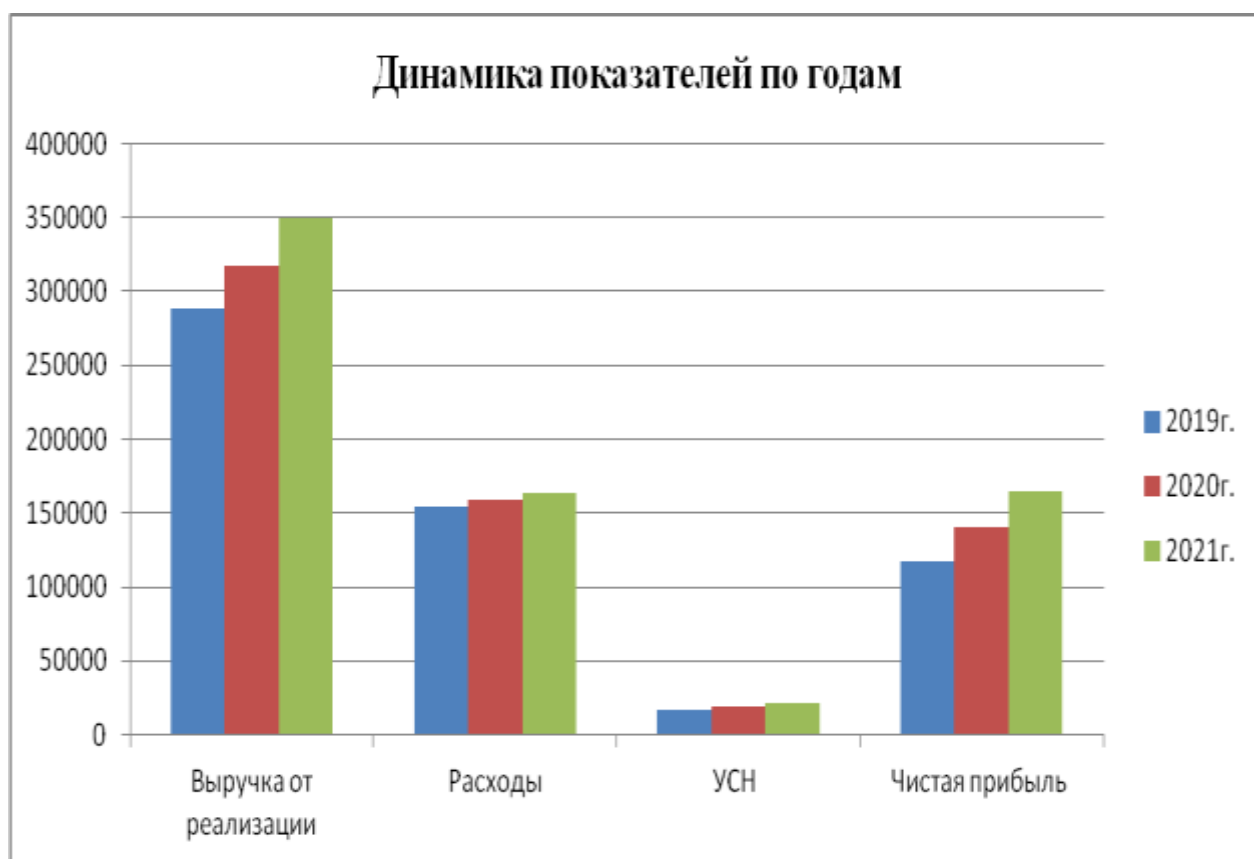


Рисунок 4 – Динамика показателей

4.1.3 Эффективность 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.

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.

$$R.продажи = \frac{\text{Прибыль от реализации}}{\text{Выручка}};$$

$$R.продажи\ 2019г. = \frac{117454,72}{288888} = 0.406\ \text{или}\ 40,6\%;$$

$$R.продажи\ 2020г. = \frac{140110,12}{317776,8} = 0.44\ \text{или}\ 44\%;$$

$$R.продажи\ 2021г. = \frac{165131,22}{349554,48} = 0.472\ \text{или}\ 47,2\%.$$

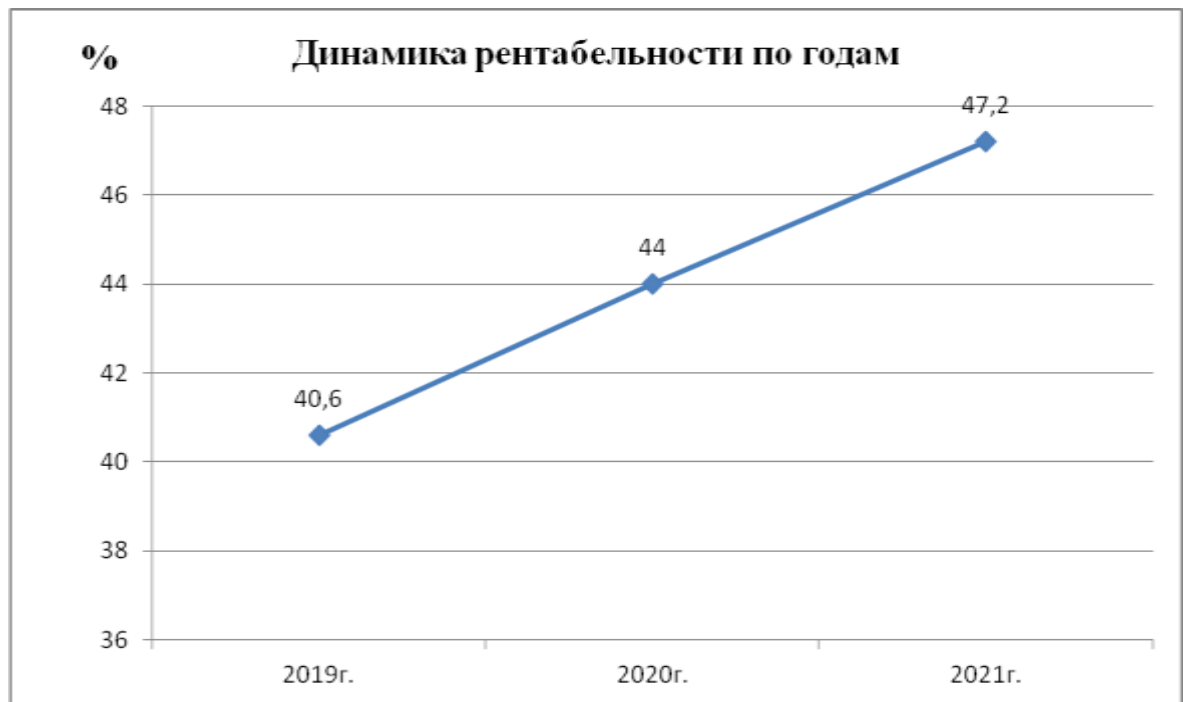


Рисунок 5 – Рентабельность проекта

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.

Срок окупаемости = Капитальные вложения/ чистая прибыль

Срок окупаемости = 2740000,3/117454,72 = 23 месяца

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

4.1.4 Факторы риска

Оценим возможные риски проекта по 5-ти бальной шкале.

Внешние:

-Вероятное изменение законодательства. Оценка риска – 1. Данный риск может ужесточить среду для развития дела и понижению уровня рентабельности. Компенсация осуществляется на организационном моменте при внедрении формы правления, вида собственности и формы налогообложения.

-Война, стихийные бедствия, катаклизмы, несчастные случаи и чрезвычайные происшествия. Оценка риска – 1. Событие объективно может повлечь крупные материальные потери. Имущество может быть сильно повреждено или уничтожено. Однако такой риск регулируется страховым сервисом.

-Открытие в городе, новых моек, снижение цен конкурентами. Оценка риска – 3. Как мы уже говорили, спрос превышает предложение, однако доходы могут упасть незначительно. Это регулируется созданием личной базы клиентов, активными акциями и разработками интересных предложений. Необходимо поощрять клиента за его правильный выбор.

-Сезонное снижение количества услуг. Оценка риска – 5. Данный риск не имеет чётких пределов по времени. Всё зависит от погоды. Этот риск управляется маркетинговой политикой, акциями, уменьшением количества работников.

Внутренние:

– Ошибка географического расположения. Оценка риска – 5. При расчёте в расположении вы можете потерять существенную долю дохода, более того, существует риск не достигнуть границы рентабельности. Исключить это можно при помощи грамотного геомаркетингового исследования — такими услугами занимаются специальные компании. Данные такого исследования дадут чёткую цифру количества вероятных клиентов.

– Слабый уровень рабочих кадров и обслуживающего персонала. Постоянная текучка кадров и слабая финансовая мотивация, особенно в межсезонье. Оценка риска – 4. Данный риск обусловлен малым престижем профессии. Такой рынок вакансий заполнен кадрами с низкой квалификацией. Кадровый персонал имеет слабую денежную ёмкость и плохо финансово мотивирован. Всё это, в перспективе, приводит к падению прибыли, снижению качества услуг.

– Риски технологические. Оценка риска – 4. Приобретённое оборудование и перечень услуг могут создать сложности из-за малограмотности или не целевого пользования производственных мощностей.

Финансовый риск сводится к минимуму, так как он возникает при осуществлении финансового предпринимательства или финансовых сделок. Наше предприятие не будет пользоваться заемными средствами.

Наиболее вероятными являются риски снижения спроса вследствие организационных ошибок и технологические риски – это наиболее критичные угрозы.

Основополагающим моментом является определение места локации. Ошибка в выборе размещения может привести к невозполнимым потерям. Низкий уровень сервиса усиливает риск влияния конкурентной среды.

Общий фон угроз для проекта – благоприятный. Рынок находится в стадии развития и спрос существенно превышает предложения, имея тенденцию к увеличению. При грамотном организационном подходе бизнес

является перспективным и позволяет очень гибко реагировать на появление любого риска, для чего следует внимательно относиться к маркетинговому планированию, жесткому регулированию рабочих и сервисных процессов, активному продвижению услуг.

5 Социальная ответственность

5.1 Разработка программы корпоративной социальной ответственности

Корпоративная социальная ответственность (КСО) - явление достаточно новое для нашей страны. Вместе с тем, оно уже давно и активно развивается на Западе и является нормой для современного цивилизованного бизнеса. Существует несколько определений этого термина, наиболее точно его характеризует следующее: КСО - это концепция, в соответствии с которой компания учитывает интересы общества и берет на себя ответственность за влияние своей деятельности на клиентов, потребителей, работников, поставщиков, акционеров, местные сообщества и прочие заинтересованные стороны, а также на окружающую среду.

Основные принципы социальной ответственности:

1 Открытость.

- Прозрачность. Реализуемые социальные программы должны быть четкими и понятными.
- Публичность. Должен быть доступ общественности к любой информации о корпоративной социальной ответственности, за исключением конфиденциальной.
- Достоверность. Недопустимо утаивание или подделка данных о корпоративной социальной ответственности.
- Диалог. Должен быть обязательно диалог с адресатами социальных программ, а также обратная связь.

2 Системность.

- Направленность. Должны быть приоритетные направления реализации социальных программ.

- Последовательность. Ответственность прошлую и текущую деятельность, а также за будущее влияние деятельности Компании на окружение.

- Единство в пространстве. Принципы должны носить универсальный характер для всех региональных подразделений Компании.

- Регулярность. Отказ от единичных акций в пользу плановых мероприятий программ в рамках в зафиксированных приоритетных направлений корпоративной социальной ответственности.

- Интегрированность. Проникновение во все бизнес-процессы принципов корпоративной социальной ответственности.

3 Значимость.

- Актуальность. Внедряемые программы корпоративной социальной ответственности должны быть актуальны и востребованы.

- Масштабность. Программы корпоративной социальной ответственности должны быть заметны обществом.

- Эффективность. Затраченные на реализацию программ средства должны ощутимо помогать в решении проблем.

4 Недопущение конфликтов.

- Политическая неангажированность. Отказ от поддержки политических партий или отдельных политических деятелей.

- Дистансирование от церкви. Отказ от поддержки духовенства, церкви.

- Отказ от поддержки националистических движений.

- Отказ от поддержки фан-клубов. В том числе спортивных, музыкальных или иных молодежных течений, противопоставляющих себя остальным.

Компания имеет право называть себя социально ответственной, а это означает, что компания действует по принципам социальной ответственности

и осуществляет комплекс социальных программ в приоритетных для неё направлениях.

Суть этой работы заключается в том, что любые производственные и экономические решения принимаются с учетом их социальных и экологических последствий для компаний и для общества. При таком построении КСО превращается в мощный фактор стратегического развития, укрепления деловой репутации и конкурентоспособности, а также роста рыночной капитализации компаний.

Фактически КСО - это политика и реализация стратегии устойчивого развития компании. Отвечая общественным запросам, социально ответственная компания может принимать на себя дополнительные обязательства, входящие в добровольный набор признаков социальной ответственности, что отвечает интересам самой компании и общества в целом.

В данной главе анализируется процесс управления корпоративной социальной ответственностью. В частности, дана краткая характеристика корпоративной социальной ответственности для будущей автомойки. Предложены рекомендации по улучшению управления корпоративно-социальной ответственностью.

5.2 Определение стейкхолдеров организации

Стейкхолдеры – заинтересованные стороны, на которые деятельность организации оказывает как прямое, так и косвенное влияние. В долгосрочной перспективе для организации важны как прямые, так и косвенные стейкхолдеры. Структура стейкхолдеров для автомойки представлена в нижеприведенной таблице 7.

Таблица 7 – Стейкхолдеры организации

Прямые стейкхолдеры	Косвенные стейкхолдеры
1 Работники	1 Органы местного управления
2 Потребители	2 Средства массовой информации
3.Поставщики моющих средств	

Ниже представлена дополнительная информация по наиболее значимым стейкхолдерам, их структура и влияние, взаимодействие с предприятием.

Работники

Планируемая списочная численность автомойки 4 человека.

Каждый работник имеет должностные инструкции. Основой для разработки должностных инструкций являются квалификационные характеристики (требования) по должностям, которые утверждаются Министерством труда и социального развития РФ. Каждый работник автомойки должен знать и соблюдать свои должностные инструкции.

При правильном понимании работником своих должностных инструкций достигается обслуживание клиентов автомойки на высоком профессиональном уровне, так как качество оказываемых услуг напрямую связано с надлежащим исполнением работником своих должностных обязанностей.

Наличие должностных инструкций позволяет руководству автомойки должным образом осуществлять контроль за качеством оказываемых на автомойке услуг.

Потребители

Основными посетителями автомойки являются жители и гости города. Владелец автомойки ведет постоянный мониторинг и принимает активные меры для привлечения клиентов.

Поставщики товаров, техники

Одной из самых важных составляющих успешной профессиональной работы любой автомойки является качественная автохимия. Современный рынок предлагает огромное количество различных как моющих средств, так и других средств по уходу за автомобилем.

Химия для автомоек, помимо своей главной функции – эффективной и качественной очистки любого покрытия от загрязнения, должна еще иметь защитные свойства и быть безопасной для любых поверхностей автомобиля, в том числе лакокрасочных, пластмассовых, пластиковых и т.д. Поэтому очень важно, чтобы автохимические средства изготавливались в соответствии с ГОСТом и стандартами безопасности и качества. На сайте tiu.ru владелец автомойки заказывает необходимые чистящие средства.

5.3 Определение структуры программ КСО

Структура программы КСО составляет портрет КСО автомойки. Выбор программы, а, следовательно, и структуры КСО зависит от цели автомойки и выбора стейкхолдеров, на которых будет направлена программа. КСО, реализуемые на автмойке, их тип, сроки реализации, стейкхолдеры и основные предполагаемые результаты программы представлены в таблице 8.

В сфере внутренней социальной политики компания осуществляет разнонаправленную деятельность:

- создание привлекательных рабочих мест;
- выплата легальной заработной платы на уровне, обеспечивающим сохранение и развитие человеческого потенциала, являющемся конкурентоспособным на рынке труда;
- профессиональное обучение персонала
- регулярное повышение квалификации сотрудников;
- создание безопасных условий труда;
- социальное страхование сотрудников (оплата пособий по листкам нетрудоспособности, предоставление оплачиваемого отпуска в дорожный

и послеродовый периоды, пособия по уходу за ребенком до достижения им полутора лет);

– выплаты компенсаций и стимулирующих премий.

Таблица 8– Структура программ КСО

№	Стейкхолдеры	Описание элемента	Ожидаемый результат
1	Работники предприятия	- Безопасность труда работников предприятия; - развитие и обучение персонала, возможности карьерного роста; - оказание помощи работникам	– Предоставление рабочих мест с конкурентоспособным уровнем оплаты труда и социальных льгот; – обеспечение безопасных условий труда и высокого уровня социально-бытовых условий; – содействие всестороннему профессиональному и культурному развитию работников
2	Потребители	Благотворительные пожертвования	- Обеспечение потребителей современными услугами; - расширение предоставляемых услуг
3	Поставщики материалов, оборудования	– Уменьшение затрат на развитие – стабильность развития	- Взаимное соблюдение договорных обязательств; - стимулирование развития конкуренции в сфере услуг для автомойки
4	Средства массовой информации	– Открытая информация о результатах работы предприятия	Позитивное освещение в средствах массовой информации: газеты, журналы, Интернет
5	Органы местного самоуправления	- Эквивалентное финансирование; - социально значимый маркетинг	- Стимулирование национального экономического роста и социального прогресса общества; - улучшение качества жизни и благосостояния населения, в том числе посредством предоставления социальных услуг; - добросовестное выполнение обязательств по уплате налогов и сборов

Система оплаты труда.

Система оплаты труда в компании соответствует нормам, установленным Трудовым Кодексом РФ, федеральными законами и иными нормативными правовыми актами РФ, которые обязательны для применения на территории России, она включает:

- минимальный размер оплаты труда,
- районные коэффициенты и надбавки к заработной плате,
- оплата труда в повышенном размере в особых условиях (ночные, праздничные доплаты),
- порядок аттестации работников,
- нормы труда.

5.4 Определение затрат на программы КСО

С учетом достигнутых результатов, представленных в таблице 9, определим бюджет программы КСО автомойки. Важным этапом является определения вклада организации при эквивалентном финансировании или при корпоративном волонтерстве. Сводим в таблицу основные затраты автомойки на корпоративную социальную ответственность.

Таблица 9 – Затраты на мероприятия КСО

№	Мероприятие	Единица измерения	Стоимость реализации на планируемый период
1	Предоставление скидки в размере 30% инвалидам	Шт.	30 000 руб.
2	Поддержка социальных учреждений, культурно-образовательной и духовной сферы	Шт.	30 000 руб.

Таким образом затраты на разработку КСО составляют 30 тысяч рублей.

5.5 Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций

Оценка эффективности мероприятий КСО представлена в таблице 10.

Таблица 10 – Оценка эффективности мероприятий КСО

№	Название мероприятия	Затраты	Эффект для компании	Эффект для общества
1	Предоставление скидки в размере 30% инвалидам	30 тыс. руб.	Улучшение имиджа компании	Помощь общественным организациям и благотворительным фондам; Помощь нуждающимся; Решение социальной проблемы
2	Поддержка социальных учреждений, культурно-образовательной и духовной сферы	30 тыс. руб.	Установление связи с органами местного самоуправления	Решение социальной проблемы

Программы КСО автомойки полностью соответствует целям и стратегии организации. В компании преобладает внутренняя КСО.

Таким образом, современная ситуация автомойки характеризуется необходимостью разработки и распространения практических систем и методик развития корпоративной этики и социальной ответственности. Основными приоритетами при этом являются обеспечение взаимовыгодных интересов для автомойки и общества, использование ведущих международных стандартов. Соответственно, главными целями автомойки в социальном контексте является обеспечение устойчивого развития, как для предприятий, так и для всего общества в целом, а также увеличение своей привлекательности для общества. Социальная функция в данном случае минимально реализуется – за счет, сохранения или увеличения количества рабочих мест, добросовестной деловой практики в рамках предписанных обществом обязательств.

Заключение

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 Ежемесячная планируемая выручка за месяц составила 288888 руб, а чистая прибыль 127454,72 руб.
- 2 Рентабельность проекта на третьем году реализации составит 44 %. Это достаточно высокий показатель, который говорит о прибыльности проекта
- 3 Срок окупаемости настоящего проекта: составляет 22 месяца .

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

Список использованных источников:

- 1 Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» (от 28.12.2013 N 396-ФЗ.)
- 2 Безопасность жизнедеятельности и охрана труда в строительстве. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 720 с.
- 3 Безопасность жизнедеятельности. – М.: КноРус, 2012. – 552 с.
- 4 Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента. – М.: Омега Л, 2008. – 662 с.
- 5 Бочаров И.В. Инвестиции. – М.: СПб.: Питер, 2009. – 384 с.
- 6 Василенков С.А. Критерии принятия инвестиционных решений // Инвестиционный банкинг. – 2007. - № 1. – С. 15-16
- 7 Верхоланцев А. Наиболее выгодное и наименее рисковое вложение капитала. В чем заключается инвестиционная привлекательность организации? // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2007. - № 5. – С. 15-20
- 8 Виленский П.Л., Лившиц В.Н, Смоляк С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика. – М.: Дело, 2008. – 1104 с.
- 9 Воротилова Н.Н., Каткова М.А., Мальцева Ю.Н., Шерстнева Г.С. Управление инвестициями. – М.: Дашков и Ко, 2008. – 188 с.
- 10 Головань С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2009. – 320 с.
- 11 Корчагин Ю.А., Маличенко И.П. Инвестиции: теория и практика. – М.: феникс, 2008. – 512 с.
- 12 Кравченко Н.А. Инвестиционный анализ. – М.: Дело, 2007. – 264 с.
- 13 Липсиц И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2012. – 112 с.
- 14 Маркова В.Д. Бизнес-планирование / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко.- М.: Проспект, 2009. – 216 с.

- 15 Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (Вторая редакция, исправленная и дополненная) (утв. Минэкономки РФ, Минфином РФ и Госстроем РФ от 21 июня 1999 г. № ВК 477)
- 16 Морошкин В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В. П. Буров. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2009. – 256 с.
- 17 Москвин В. Почему инвесторы не стремятся вкладывать средства в российские инновационные проекты // Риск-менеджмент. – 2007. - № 6. – С. 25-28
- 18 Орлова Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.
- 19 Охрана труда. Коробко В.И. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 240 с.
- 20 Петухова С.В. Бизнес – планирование.- М.: Омега – Л, 2009. – 236 с.
- 21 Платонова Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А. Платонова, Т.В. Харитоновна. – М.: Дело и сервис, 2005. – 432 с.
- 22 Под редакцией А.В. Фролова. Практикум по безопасности жизнедеятельности. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. – 496 с.
- 23 Попов В.М. Бизнес-план. Step by step: Практическое пособие / Попов В.М., Захаров А.А. – М.: Бизнес пресса, 2010.
- 24 Попов В.Н. Бизнес – планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов.- М.: Финансы и статистика, 2009. – 246 с.
- 25 Просветов Г. И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие. – 2-е изд., доп. – М.: Альфа-Пресс, 2008. – 255 с.
- 26 Информация о регистрации, налогах и отчетности юридического лица [Электронный ресурс]: URL: Режим доступа: <http://ipirip.ru/index10.php>. – Загл. с экрана