

## Бизнес-план

# Организация химчистки



2012 год

# Содержание

Список таблиц.....	3
Список рисунков.....	4
Резюме .....	5
Введение.....	7
<b>1. Концепция проекта.....</b>	<b>8</b>
<b>2. Описание продукта (услуги) .....</b>	<b>9</b>
<b>3. Программа производств .....</b>	<b>10</b>
<b>4. Маркетинговый план.....</b>	<b>12</b>
4.1 Описание рынка продукции (услуг).....	12
4.2 SWOT - анализ .....	13
4.3 Стратегия маркетинга .....	14
4.4 Методы и каналы распределения. Стимулирование сбыта .....	145
<b>5. Техническое планирование .....</b>	<b>157</b>
5.1 Производственное помещение .....	17
5.2 Производственные ресурсы .....	18
5.3 Программа приобретения оборудования.....	19
<b>6. Организация, управление и персонал .....</b>	<b>20</b>
<b>7. Реализация проекта .....</b>	<b>22</b>
<b>8. Эксплуатационные расходы .....</b>	<b>23</b>
<b>9. Общие и административные расходы .....</b>	<b>24</b>
<b>10. Потребность в финансировании .....</b>	<b>25</b>
10.1 Общая финансовая характеристика проекта.....	25
10.2 Общие предпосылки и допущения финансового плана.....	25
<b>11. Эффективность проекта .....</b>	<b>32</b>
<b>12. Социально-экономическое и экологическое воздействие .....</b>	<b>35</b>
12.1 Экономические аспекты проекта.....	35
12.2 Экологические аспекты проекта.....	38

## Список таблиц

Таблица 1 – План реализации проекта .....	10
Таблица 2 – Объемы реализации .....	10
Таблица 3 – Доходы от продаж. ....	10
Таблица 4 – SWOT - анализ .....	13
Таблица 5 – Основные виды товаров .....	14
Таблица 6 – Технические характеристики оборудования.....	15
Таблица 7 – Программа приобретения оборудования.....	19
Таблица 8 – Штатное расписание предприятия.....	21
Таблица 9 – Календарный план реализации проекта .....	22
Таблица 10 – Эксплуатационные расходы .....	23
Таблица 11 – Общие и административные расходы предприятия.....	24
Таблица 12 - Объем капитальных вложений проекта .....	26
Таблица 13 – Условия и график погашения кредита.....	26
Таблица 14 – Отчет о прибылях и убытках.....	27
Таблица 15 – Отчет о движении денежных средств .....	28
Таблица 16 – Баланс.....	29
Таблица 17 – Показатели финансовой состоятельности.....	30
Таблица 18 – Эффективность инвестиций .....	31
Таблица 19 – Показатели деятельности бизнеса.....	32
Таблица 20 – Финансовый анализ.....	32
Таблица 21 – Инвестиционный анализ .....	32
Таблица 22 – Налоги и платежи в фонды.....	35

## Список рисунков

Рисунок 1 – Организационная структура проекта.....	20
Рисунок 2 – Окупаемость проекта .....	33

АО «ФОНД «Даму»

## Резюме

Данный бизнес-план разработан с целью обоснования финансово-экономической эффективности и технической реализуемости инвестиционного проекта «Организация химчистки».

Компания планирует осуществлять полный цикл услуг: химчистка текстиля, кожи, шуб.  
Месторасположение: г. Астана.

Приемные пункты: Пункт приема располагается непосредственно на территории химчистки, так же заключены 6 агентских договоров.

Рынок сбыта услуг химчистки является одним из самых широких в сфере бытовых услуг для населения.

Целевые группы: жители в возрасте 20 – 60 лет, чьи доходы составляют выше 50000 тенге на человека в месяц, с частотой посещения химчистки 1-2 раза в год.

*Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:*

Расходы, USD.	1 год
Приобретение помещения	300 000
Приобретение и монтаж оборудования	197 000
Пополнение оборотный капитала	50 000
Всего	547 000

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемного капитала.

*Общие инвестиционные затраты*

Источник финансирования, USD	Сумма	Период	Доля
Заемные средства	547 000	01-06.1 года	100%
Всего	547 000		100%

*Условия кредитования*

Валюта кредита	
Процентная ставка, годовых	14%
Выплата процентов и основного долга	ежемесячно
Льготный период погашения процентов, мес.	6
Льготный период погашения основного долга, мес.	6
Тип погашения основного долга	равными долями

*Показатели эффективности деятельности предприятия на 5 год проекта.*

Годовая прибыль (4 год), USD.	281 844
Рентабельность активов	32.8 %
Внутренняя норма доходности (IRR)	78,3 %
Чистая текущая стоимость (NPV), USD.	496 671
Окупаемость проекта (простая), лет	2,01
Окупаемость проекта (дисконтированная), лет	2,14

С экономической точки зрения проект будет способствовать:

1. Поступлению дополнительных доходов в бюджет г. Астаны;

2. Удовлетворению потребностей жителей столицы в качественных бытовых услугах.

АО «ФОНД «Даму»

## Введение

Настоящий бизнес-план посвящен экономическому обоснованию целесообразности инвестирования в проект «Организация химчистки».

В бизнес-плане собрана вся необходимая информация для проведения инвестиционных расчетов, в том числе основные статьи доходов, затрат и капитальных вложений, которые потребуются совершить при реализации проекта. Также представлено описание основных характеристик рынка бытовых услуг, включая динамику объема спроса и предложения, а также ценовых показателей. На основе этих показателей сделан прогноз дальнейшего развития рынка в период реализации проекта. Проведена оценка эффективности и рисков инвестиционного проекта и рассчитаны основные интегральные показатели проекта – чистый дисконтированный доход (NPV), внутренняя норма доходности (IRR), индекс доходности (PI), дисконтированный период окупаемости (DPP) при реалистичном сценарии развития рынка.

С помощью предложенного бизнес-плана потенциальные инвесторы, смогут оценить эффективность вложений средств в данный проект, выбрать наиболее эффективную схему финансирования проекта

. Основными источниками данных для проведения расчетов с целью экономического обоснования эффективности проекта стали:

1. «Методические рекомендации по оценке инвестиционных проектов и их отбору для финансирования», методика ЮНИДО (Комитет по промышленному развитию при ООН), модифицированная с учетом специфики проекта.
2. информация из открытых источников СМИ и Интернета;
3. результаты проведенных исследований рынка Казахстана;
4. статистические данные Агентства РК по статистике, аналитические обзоры и пресс-релизы

При проведении расчетов с целью оценки эффективности инвестиций применялся метод дисконтированных денежных потоков (FCF).

Исследование проведено в ноябре 2012 года

## 1. Концепция проекта

Данная концепция определяет процесс создания химчистки полного цикла. Этот проект создан по структуре бизнес-плана в помощь начинающим игрокам на рынке бытовых услуг. Данный путь развития носит рекомендательный характер и не может рассматриваться как единственно правильный. В проекте предусмотрены максимальные затраты на оборудование, персонал и продвижение продукта. В реальных условиях каждый собственник их оптимизирует по-своему усмотрению. Кроме того, все расчеты сделаны для предприятия, работающего в условиях города, для других условий необходимо сделать соответствующие поправки. Все оборудование, транспорт и расходные материалы, используемые в описываемых процессах, по качеству отвечают всем современным требованиям и рекомендуются к применению.

Концепция химчистки:

1. данный проект реализуется «с нуля»;
2. местоположение – г. Астана, удобное местоположение (близость к остановкам общественного транспорта), удобный подъезд и парковка автомобилей.
3. график работы химчистки: ежедневно с 10:00 до 21:00.

Виды услуг:

1. химчистка текстильных изделий;
2. химчистка кожи и замши;
3. химчистка меха;
4. индивидуальная обработка сложных комбинированных изделий и ремонт;
5. стирка текстильных изделий;

Приобретение производственно-складского помещения площадью 300 кв. м.

Приобретение оборудования

1. основное оборудование химической чистки;
2. пятновыводное оборудование для химчистки;
3. оборудование влажно-тепловой обработки текстиля для химчистки;
4. вспомогательное оборудование;
5. оборудование для обработки кожи и меха;
6. мебель;
7. оргтехника.

Основные задачи проекта

1. подбор и покупка помещения;
2. заключение договоров поставки, регистрация предприятия, получение разрешительных документов;
3. покупка и монтаж оборудования;
4. подбор и наем персонала;
5. пуско-наладочные работы;



6. лицензирование;
7. начало производства услуг

АО «ФОНД «Даму»

## 2. Описание продукта (услуги)

Основными услугами химчистки является стандартная качественная чистка всех видов одежды различных материалов. Для оказания данного вида услуг будет использоваться высокотехнологичное дорогостоящее оборудование. В производственном процессе будут использоваться специальные химикаты.

Услуги химчистки будут включать:

1. химчистка текстильных изделий;
2. химчистка кожи и замши;
3. химчистка меха;
4. индивидуальная обработка сложных комбинированных изделий и ремонт;
5. стирка текстильных изделий;

Преимуществом предлагаемой химчистки будет выполнение заказов по строгой схеме:

1. прием изделий;
2. сортировку изделий и комплектацию партий;
3. удаление специфических загрязнений (выведение пятен);
4. зачистку изделий;
5. обработку изделий в среде органических растворителей;
6. пропитку изделий;
7. влажно-тепловую обработку;
8. проверку качества.

Чистка будет производиться по современной технологии, что обеспечит высокое качество услуг.

### 3. Программа производств

Максимальная месячная выработка химчистки с учетом оборудования составляет 4 500 кг вещей в месяц, исходя их средней цены за 1 кг. 4 500 тенге (30 USD). Для расчетов принимаем загрузку 50 % от максимальной.

Таблица 1 – План реализации

План реализации	Номинальный объем, кг	2013	2014	2015	2016
Услуги по химчистке	27 000	50%	100%	100%	100%
Средний коэффициент производства		50%	100%	100%	100%

Таблица 2 – Объем реализации

Объемы реализации (в единицах)	2013	2014	2015	2016	Итого
Услуги по химчистке	13 500	27 000	27 000	27 000	<b>94 500</b>

Таблица – 3 Доходы от продаж

Доходы от продаж, \$	2013	2014	2015	2016	Итого
Услуги по химчистке	405 000	891 000	980 100	1 078 110	<b>3 354 210</b>
<b>Итого</b>	<b>405 000</b>	<b>891 000</b>	<b>980 100</b>	<b>1 078 110</b>	<b>3 354 210</b>

## 4. Маркетинговый план

### 4.1 Описание рынка продукции (услуг)

#### Потенциальные клиенты

В качестве основного сегмента потребителей, на который будет ориентироваться наша химчистка это люди от 20 до 60 лет, имеющие доход от 50000 до 100000 тенге в месяц и пользующиеся химчисткой 1-2 раза в год.

Этот сегмент выбран потому, что самое большое количество потребителей в городе имеет средний уровень дохода, что предполагает высокий уровень потенциальных клиентов, которые будут приносить организации прибыль.

Одними из основных критериев при выборе химчистки для рассматриваемого сегмента является качество услуги, срок исполнения услуги, широта услуг, предоставляемая химчисткой и используемая при этом технология. На основе этих критериев проводится позиционирование. Цель позиционирования: помочь покупателю выделить услуги химчистки из круга аналогичных услуг химчисток по какому-либо отличительному признаку. Позиционирование возможно на разной основе: на определенных преимуществах или характеристиках услуг, специфических потребностях потребителя, сопоставлении и сравнении с услугами, предоставляемыми услугами конкурентов, ориентации на определенную группу, категорию потребителей, полной идентификации характеристик предоставляемых услуг с запросами и пожеланиями потребителей.

#### Емкость рынка и тенденции его развития

По мнению участников рынка химчисток, в городе с населением 700 тыс. человек его объем составляет около \$500 тысяч в год, а сам он еще весьма далек от насыщения. Согласно прогнозам только через 2–3 года число таких заведений дойдет до принятого в бывшем СССР уровня — одна химчистка на 50 тыс. населения, тогда как в Европе данный показатель в пять раз выше (одна химчистка на 10 тыс. чел.). Поэтому появление новых компаний в этом сегменте вполне закономерно и экономически выгодно.

Объем услуг, оказываемых химчистками, постоянно увеличивается, что во многом можно объяснить внедрением новых технологий в процесс чистки одежды, а также высокой потребностью в них со стороны бытового и социального сектора.

Сложившаяся ситуация на рынке бытовых услуг в Казахстане во многом отличается от западной модели. Потребность в услугах у населения низкая. Если за рубежом развитие происходит за счет предприятий малого бизнеса, то в Казахстане на первый план выходят сетевые предприятия. В числе проблем, с которыми сталкиваются предприятия малого бизнеса, можно выделить:

- Низкий покупательский потенциал услуги у населения;
- Нехватка площадей;
- Высокая арендная плата;

- Нехватка квалифицированного персонала.

На данном этапе развития рынка одной из проблем является отсутствие достаточного количества квалифицированного персонала. Не способствует этому и невысокая заработная плата, поскольку, увеличивая оплату труда, предприятие вынуждено увеличить стоимость услуг, что в существующих условиях ценовой конкурентной борьбы не всегда возможно. Достойная зарплата возможна лишь при устойчивом спросе, либо за счет широкого востребованного ассортимента предоставляемых услуг.

Оценивая рынок химчисток и прачечных Казахстанских областей, в целом можно отметить, что он находится в зачаточном состоянии и содержит определенные перспективы. При этом, по оценкам консультанта, рынок будет развиваться в сторону предоставления комплексных услуг, когда помимо основной услуги по химической чистке, потребитель сможет получить набор дополнительных услуг. В немалой степени увеличению емкости рынка будет способствовать рост доходов населения и уровня культуры потребления.

Факторы, влияющие на развитие рынка услуг

Основными факторами, которые влияют на развитие рынка химчисток и прачечных являются:

- Повышение культуры использования услуг химчисток;
- Увеличение доходов населения;
- Приобретение населением дорогой и качественной одежды;
- Доступность услуги;
- Сервисное обслуживание;
- Климатический фактор (ношение зимней, теплой одежды длительные периоды времени).

Барьеры на пути развития рынка

Факторы, затрудняющие процесс развития рынка услуг химчисток:

- нехватка квалифицированных кадров (мастеров и управленцев в клининговом бизнесе);
- наличие поставщиков недоброкачественного оборудования и средств
- бытовая химия;
- производство новых материалов и тканей без опознавательных ярлыков;
- законодательные аспекты, связанные с лицензированием деятельности;
- появление разного рода "дополнительных затрат" - получение разрешений,
- налоги, всевозможные штрафы, пени и т.п.;
- завышение цен, не соответствующее качеству услуг;
- быстрый рост цен на оборудование, запчасти, химические материалы;

- повышение стоимости энергоресурсов, воды, арендной платы, транспорта, связи.

## 4.2 SWOT- анализ

Для определения возможностей и рисков активного продвижения продукции на потребительском рынке проведем SWOT-анализ, результаты которого представлены в таблице.

Таблица 4 – SWOT- анализ

Сильные стороны		Слабые стороны	
выработана стратегия конкурентной борьбы	5	несбалансированные производственные мощности	3
наличие собственного производства услуг и соответствующей инфраструктуры	5	текучесть квалифицированного персонала	1
наличие современной технологии производства	5	слабая система мотивации персонала	2
высокая квалификация управленческого персонала	5	неразвитая система управления	2
	5	слабая кадровая политика	1
Угрозы		Возможности	
слабое стратегическое планирование деятельности предприятия и его развития	1	эффективное использование прогрессивных производственных и маркетинговых технологий	5
существенная зависимость финансового состояния от внешних факторов	2	совершенствование качества производимых услуг	4
угроза рейдерского захвата	2	увеличение номенклатуры и объема товарной продукции, услуг	5
вход на рынок более крупных компаний	2	расширение деятельности.	5

\* Количественная оценка (от 1 до 5 баллов)

## 4.3 Стратегия маркетинга

Организовать эффективную систему реализации **услуг по химчистки** в г. Астана.

Разработка маркетинговой стратегии включает в себя разработку стратегий в направлении предоставляемых услуг, цен, дистрибуции и продвижения. Ниже представлены разработанные стратегии в перечисленных направлениях.

Товарная стратегия

Основные виды товаров и предполагаемые цены на них представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Основные виды товаров

Наименование услуги	Цена реализации
химчистка текстильных изделий; химчистка кожи и замши; химчистка меха; индивидуальная обработка сложных комбинированных изделий и ремонт; стирка текстильных изделий;	В соответствии с прайс-листом

## Ценовая стратегия

Ценовая стратегия предусматривает следующие мероприятия:

1. изучение ценовой политики конкурентов;
2. использование системы скидок;
3. формирование цен с учетом покрытия издержек и действующего законодательства;
4. предоставление гибких форм оплаты – введение системы отсрочки платежа.

## Стратегия дистрибуции

Коммерческая деятельность компании должна быть ориентирована на поиск платежеспособных потребителей и установления с ними долгосрочных договорных связей.

### Стратегия продвижения

Достижение поставленных маркетинговых целей потребует от компании разработки и реализации комплекса мер, направленных на реализацию выбранного характера позиционирования.

В комплекс мер по продвижению услуг рекомендуется включить рекламную деятельность.

В качестве средств рекламы будут использованы:

1. Специализированные печатные издания;
2. Специализированные программы на ТВ и Радио;
3. Интернет маркетинг

## 4.4 Методы и каналы распределения. Стимулирование сбыта

Ценовая политика данного проекта соответствует высокому качеству товаров, тем самым, поддерживая положительное мнение потребителей. В этом заключается принцип позиционирования. Особое внимание следует уделить дифференциации цен, учитывая уровень господствующих среднерыночных цен на товары проекта.

Принцип ценообразования основывается на снижении издержек как постоянных, так и переменных, но не в ущерб качеству производимых товаров. В качестве ценового стимулирования будет применяться специальная программа скидок для постоянных клиентов. При необходимости будет применяться политика ценовой дискриминации.

Предприятие использует затратный метод ценообразования, но, кроме того, ориентируется на ситуацию на рынке, учитывая цены конкурентов.

**Таблица 6 - Средние цены на основные услуги химчистки (тенге)**

Виды обрабатываемых изделий	Цена	Цены конкурентов	
		1	2
Текстильные изделия	1250	1500	1600
Изделия из натуральных мехов	4500	5000	5000
Изделия из кожи, замши	4250	4300	4500

Демисезонные пальто	1500	2250	2250
Изделия из дубленой кожи	4250	5000	5000
Крашение	5000	-	-

Стратегия внедрения новшеств предполагает расширенный сервис и гибкую систему скидок. Наша химчистка будет оказывать услуги по приемке и доставке вещей, требующих чистки, на дом, т.е. клиенту не требуется доставлять вещи в приемный пункт и забирать их из химчистки самому. Кроме того, постоянные клиенты и клиенты, делающие заказ на большую сумму, получают определенные скидки на услуги.

Таким образом, преимущества нашей химчистки являются преимуществами высокого порядка, так как обеспечивают долговременное конкурентное преимущество.

Для ускорения распространения информации о химчистке необходимо провести рекламную кампанию и разработать ее стратегию. Задача рекламной кампании будет состоять в том, чтобы оповестить потенциальных клиентов о том, что открылась новая химчистка, которая готова предоставить качественные услуги своим потенциальным клиентам. Для привлечения дополнительных клиентов, желательно осуществить ряд рекламных мероприятий (провести презентацию, дать рекламу в СМИ, предоставить значительные скидки первым 100 клиентам и т.д.). Для того чтобы рекламная кампания проходила более эффективно, необходимо проводить анкетирование клиентов, пришедших по рекламе. Для создания имиджа химчистки возникающие недостатки необходимо устранять на начальной стадии работы. Для продвижения будет использоваться сочетание "имиджевой" рекламы с рекламой самих услуг химчистки:

1. представление новой химчистки жителям района и организациям-потребителям;
2. подробное информирование клиентов относительно видов услуг и цен;
3. работа с потенциальными клиентами по совершенствованию и расширению видов оказываемых услуг.

В качестве рекламных средств будут использованы: периодические местные печатные издания; телевидение; наружная реклама (указатели, стенды); использование для рекламы внутреннего пространства химчистки.

Предлагаемый дифференцированный подход является оптимальным, поскольку в случае каких-либо изменений на рынке, компания может более оперативно реагировать на них.

Также для большей эффективности рекламы и укреплению имиджа необходимо иметь:

1. принадлежность к познавательному стилю;
2. ориентация на нужды клиентов и их полное удовлетворение;
3. уважительное отношение к клиенту, высокая культура
4. наличие определенного рекламного стиля и обслуживания;
5. своевременная реакция на нужды клиентов и на изменения этих нужд;



6. безупречное качество товаров, обслуживания клиентов;
7. четкое определение и полное выполнение обязательств;
8. постоянное присутствие на рынке;
9. дружеские отношения с клиентами (создание условий, которые способствуют позитивному восприятию клиентом атмосферы на предприятии);
10. работа с потенциальными клиентами;
11. напоминание о себе;
12. фирменная одежда, бэйджи;
13. эстетика, которая отвечает уровню клиентов или выше этого уровня;
14. удобная и развитая инфраструктура;
15. присутствие рекламных щитов, вывесок, знаков, указателей.
16. наличие фирменных бланков, сувениров, кульков, материалов, которые раздаются клиентам;
17. участие в выставках, презентациях;

Разработанная стратегия маркетинга позволит предприятию достичь выполнения поставленных маркетинговых целей и закрепить свое положение на рынке.

АО «ФОНД «Даму»

## 5. Техническое планирование

### 5.1 Производственное помещение и помещение под склад и офис

Для организации работы химчистки необходимо помещение площадью 300м<sup>2</sup>, включая производственное – 150м<sup>2</sup>, складское – 100м<sup>2</sup> и административно-бытовое помещение – 50 м<sup>2</sup>. В рамках проекта планируется приобретение помещений.

Производственное помещение, соответствует требованиям «Санитарных правил для предприятий по обработке» № 4416-87: обеспечено подведение коммуникаций горячего и холодного водоснабжения, канализации, освещения, вентиляции, отопления; произведена отделка стен помещений кафельной плиткой, изготовлены мозаичные полы, обеспечивающие сток в канализацию. Выделенные электрические мощности соответствуют заданным значениям. Монтаж оборудования запланирован на апрель 2013 года.

Требования к помещению химчистки

Производственное помещение, в котором непосредственно располагается химчистка, должно находиться в нежилом отдельно стоящем здании, на расстояние не менее 100 метров от жилых объектов (возможно уменьшение данного расстояние при условии согласования). Оптимально будет открыть химчистку на 1 этаже (так же для этих целей подойдет подвал или цокольное помещение), при этом объем производственных помещений должен быть не менее 15 кубических метров на одного работающего, высота потолков – не менее 3,3 метров. Общая минимальная площадь помещения должна быть не менее 150 кв.м,

Помещение химчистки будет разделано на следующие помещения:

1. Производственные помещения
2. Зона для посетителей
3. Складские помещения;
4. Административно-бытовые помещения (туалет, душевая, раздевалки, комната для приема пищи).

Внутренняя отделка производственных помещений должна соответствовать требованиям СанПиН 2.2.2506-09 (гигиенические требования).

В помещении должны быть следующие инженерные коммуникации:

1. Электроэнергия – напряжение 380 Вт, мощность 100-150 кВт;
2. Водоснабжение (холодное и горячее)
3. Канализация
4. Отопление
5. Вентиляция – приточно-вытяжная с кратностью обмена 10-15
6. Освещение осветительные приборы полугерметичного исполнения; освещенность до 750 люкс;
7. Пар – рабочее давление 5-6 бар – Парогенератор

8. Сжатый воздух – рабочее давление 10-12 бар – Компрессор
9. Вакуумная установка (разрежение 0,5-0,6)

## 5.2 Производственные ресурсы

Оборудование для химчистки

При открытии химчистки важным моментом является приобретение хорошего оборудования, так как от этого зависит качество оказанных услуг.

Общепризнанными лидерами в области производства оборудования для химчисток является Италия и Германия. Поставщиком такого оборудования является ТОО «Гарант Сервис Торг» - дистрибьютор ведущих мировых производителей специализированного оборудования итальянской компании ТекноZen,. Кроме того, «Гарант Сервис Торг» осуществляет профессиональную сервисную поддержку предприятий химчистки, а, следовательно, станет надежным партнером вашего предприятия на долгие годы.

Так полный комплект оборудования для химчистки (текстиль + кожа + меха) производительностью 180 килограмм за смену стоит порядка 213 000 USD.

Наименование	Цена, USD	Кол-во, шт	Сумма, USD
<b>Основное оборудование химической чистки</b>			
Машина химической чистки FIRBIMATIC F 15 LT3 80, Италия опции	46 504	1	46 504
<b>Пятновыводное оборудование для химчистки</b>			
Кабина для пятновыводки PONY Spotmaster 3, Италия	7 359	1	7 359
<b>Оборудование влажно-тепловой обработки текстиля для химчистки</b>			
Пароманекен универсальный PONY MG-321, Италия	7 874	1	7 874
Пароманекен для глажения верхней одежды PONY MGP inox, Италия		1	3 615
Брючный пароманекен PONY MPT/D, Италия	7 324	1	7 324
Гладильный стол PONY Genus SV Plus, Италия	11 490	1	11 490
Воротничково-манжетный пресс для сорочек PONY CCP, Италия	10 356	1	10 356
Стирально-отжимная машина MIELE PW6065 Vario LW LP, Италия	5 564	3	16 692
Сушильный барабан MIELE PT 7136 Vario LW, Италия	3 952	3	11 856
<b>Вспомогательное оборудование</b>			
Упаковочная машина PONY IMA, Италия	1 267	1	
Электрический парогенератор PONY Goliath 65 COMBI, Италия	16 616	1	16 616
Компрессор PARISE Compressori SO 43/85-200, Италия	3 989	1	3 989
<b>Оборудование для обработки кожи и меха</b>			
Красильная кабина NOEXLS 04, Италия	9 167	1	9 167
Шлифовальная машина NOEX LR 06, Италия	3 317	1	3 317
Специальный гладильный пресс для обработки изделий из кожи PONY P-3, Италия	13 241	1	13 241
Сушильно-откатной барабан для кожи NOEXL FE 01, Италия	13 612	1	13 612
Полировальная машина для меховых изделий NOEX VM 30, Италия	23 584	1	23 584
<b>ИТОГО</b>			<b>193 355</b>

**Таблица 7 - Программа приобретения оборудования**

Название	Дата	Цена, USD
Покупка и монтаж технологического оборудования	С 01.2013	197 000,0

Установка оборудования запланирована на май- июнь 2013 года

Производитель оборудования: компания «TeknoZen» (Италия).

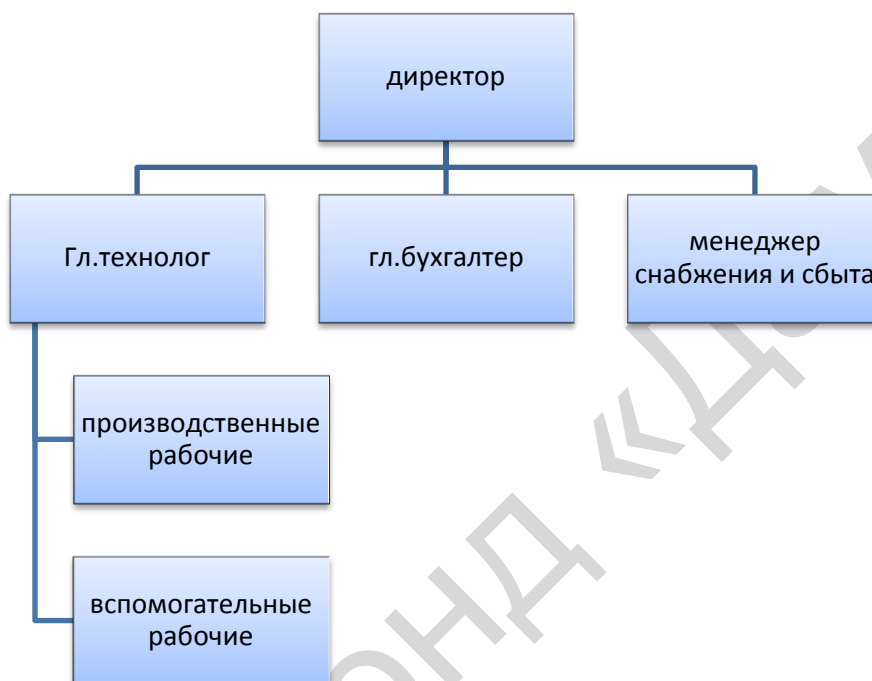
Поставщик оборудования: ТОО «Гарант Сервис Торг»- г. Алматы

АО «ФОНД «Даму»

## 6. Организация, управление и персонал

Организационная структура предприятия имеет следующий вид, представленный ниже (рисунок 1).

Рисунок 1 – Организационная структура



Приведенную структуру управления персоналом можно отнести к линейной. Она позволяет директору оперативно управлять работой предприятия и находиться в курсе событий

Таблица 8 – Штатное расписание предприятия

Должность	Кол-во	Зарплата (тенге)
<b>Управление</b>		
Директор	1	150 000
Главный бухгалтер	1	120 000
Менеджер снабжения и сбыта	1	80 000
Итого	3	350 000
<b>Производство</b>		
Главный технолог	1	120 000
Приемщик	1	60 000
Производственные рабочие	4	60 000 / 240 000
Итого	6	420 000
<b>Вспомогательные рабочие</b>		

Электрик	1	80 000
Уборщица	1	50 000
Охранник	2	50 000 / 100 000
Водитель	1	80 000
Итого	5	310 000
Всего	14	1 080 000

С каждым работником заключаются индивидуальный трудовой договор, в котором устанавливаются их права и обязанности, расписаны внутренний распорядок рабочего дня и оснащение рабочего места.

Общий штат сотрудников будет составлять 14 человек. Предпочтение при наборе персонала будет отдаваться квалифицированным специалистам с опытом работы в данной сфере, как минимум 5 лет.

АО «ФОНД «Даму»

## 7. Реализация проекта

Прединвестиционная стадия инвестиционного проекта – до 1 квартал 1 года.

Прединвестиционная стадия включает следующие виды деятельности:

- исследование рынков сбыта товаров, продукции, работ, услуг (далее - продукция) и их сегментов, сырьевых зон, балансов производства и потребления, определения возможных клиентов, создание клиентской базы;
- подготовку исходных данных, необходимых для выполнения финансово-экономических расчетов инвестиционного проекта;
- определение схемы и источников финансирования инвестиционного проекта;
- поиск инвесторов.

На прединвестиционной стадии принимается окончательное решение (заказчиком, инвестором и иными заинтересованными лицами) о целесообразности реализации инвестиционного проекта и разработке бизнес-плана.

Производятся изыскательные работы и подготовка проектно-сметной документации, заключение договоров поставки оборудования и реализации продукции.

Инвестиционная стадия инвестиционного проекта:

Закупку и транспортировку оборудования, строительные-монтажные работы, монтаж оборудования, пусконаладочные работы и запуск производства в эксплуатацию планируется осуществить с января 1 года по июнь 1 года включительно.

Календарный график реализации инвестиционного проекта представлен ниже

Таблица 9 – Календарный план реализации проекта

Мероприятия \ Месяц	Объем инвестиций (USD)	2013			
		1	2	3	4
Прединвестиционная стадия инвестиционного проекта					
Покупка помещения	300 000				
Закупка, транспортировка, монтаж оборудования, пусконаладочные работы	197 000				
Дислокация, набор и обучение персонала эксплуатационной службы					
Запуск производства и начало продаж	50 000				
Выход хранилища на проектную мощность					
<b>Всего</b>	<b>547 000</b>				

Курс валют: 150,0 KZT/USD

## 8. Эксплуатационные расходы

Таблица 10 – Эксплуатационные расходы

Текущие затраты в USD	2013	2014	2015	2016	Итого
Расходы на материалы и комплектующие	135 000	297 000	326 700	359 370	1 118 070
Зарплата основного производственного персонала	16 920	37 224	40 946	45 041	140 131
ЕСН на зарплату основного производственного персонала	4 399	9 678	10 646	11 711	36 434

АО «ФОНД «Даму»



## 9. Общие и административные расходы

Таблица 11 – Общие и административные расходы

Текущие затраты в USD	2013	2014	2015	2016	Итого
<b>Общие производственные расходы</b>					
Накладные расходы	19 583	44 260	48 686	53 555	<b>166 084</b>
<b>Административные расходы</b>					
Зарплата административного персонала	28 080	30 888	33 977	37 374	130 319
ЕСН на зарплату административного персонала	7 301	8 031	8 834	9 717	33 883
<b>Итого: затраты в отчете о прибылях и убытках</b>	<b>213 318</b>	<b>482 113</b>	<b>524 574</b>	<b>571 282</b>	<b>1 791 288</b>
<b>Итого: оплата текущих расходов</b>	<b>229 881</b>	<b>461 177</b>	<b>507 294</b>	<b>558 024</b>	<b>1 756 376</b>

АО «ФОНД»

## **10. Потребность в капитале и финансирование**

### **10.1 Общая финансовая характеристика проекта**

В настоящем бизнес-плане анализируются финансовые результаты хозяйственной деятельности за 4 года при использовании привлекаемых заемных средств в сумме 547000 USD.

Единицей расчета инвестиционного анализа принята иностранная валюта – USD (доллар США) Курс: KZT/USD - 150, 00

Инвестиционный анализ проводился на компьютере, и является профессиональным программным продуктом, поэтому результаты расчетов представляет собой совокупность согласованных друг с другом таблиц, отражающих различные финансовые и экономические характеристики проекта, являясь финансово-экономической моделью данного инвестиционного проекта. В разделе приводятся таблицы финансового моделирования проекта с комментариями и пояснениями к ним.

### **10.2 Общие предпосылки и допущения финансового плана**

Проект рассчитывался исходя из следующих условий кредитования:

1. сумма кредита – 547 000 USD.;
2. годовая ставка вознаграждения – 14%;
3. расчетный срок жизни проекта – 4 года;
4. погашение основного долга предусматривается ежемесячно равными долями, с учетом льготного периода – 1 год.

В финансовом плане все расчеты проведены с учетом следующих предпосылок и допущений:

1. за основу расчетов по ставкам налогов и нормативов была взята нормы Налогового Кодекса;
2. в качестве интервала планирования принят проектный период – 4 года, представленный в поквартальной разбивке в первый год.
3. экономические и финансовые расчеты настоящего проекта произведены в постоянных ценах, сложившихся на момент составления настоящего бизнес-плана.
4. способ расчета предполагает пропорциональное увеличение затрат и доходов за счет инфляционных процессов.

При построении модели использовались «Методические рекомендации по оценке инвестиционных проектов и их отбору для финансирования», а также методика ЮНИДО (Комитет по промышленному развитию при ООН), модифицированная с учетом специфики проекта.

**Таблица 12 – Объем капитальных вложений проекта**

№	Наименование	Цена, USD	Сумма, USD
1	Покупка помещения	300 000	300 000
2	Приобретение и монтаж оборудования	197 000	197 000
3	Пополнение оборотных средств	50 000	50 000
	<b>Всего</b>	<b>547000</b>	<b>547000</b>

**Таблица 13 – Условия и график погашения кредита**

Кредиты	2013	2014	2015	2016	Итого
Валюта кредита	\$	\$	\$	\$	\$
Годовая процентная ставка	14%	14%	14%	14%	
Поступление денег от кредита	547 000	0	0	0	547 000
Погашение основного долга	0	91 000	228 000	228 000	547 000
Выплаченные проценты	0	76 580	63 840	31 920	172 340
Задолженность на конец текущего периода	547 000	456 000	228 000	0	0
Итого: Поступления от кредитов	547 000	0	0	0	547 000
Итого: Погашение кредитов	0	91 000	228 000	228 000	547 000
Итого: Выплата процентов	0	76 580	63 840	31 920	172 340
Итого: Задолженность по кредитам	547 000	456 000	228 000	0	0
Справка: Остаток средств на счете	149 840	374 405	441 955	568 007	

Финансовый план содержит три наиболее важных формы:

- отчет о прибылях и убытках;
- отчет о движении наличности;
- баланс предприятия.

Данные в отчете о прибылях и убытках представлены 4 года. Он отражает операционную деятельность предприятия за определенный период времени, т.е. отражает покрытие производственных затрат доходами от реализации макаронных изделий и определяет объем полученной прибыли

**Таблица 14 – Отчет о прибылях и убытках**

Отчет о прибылях и убытках	2013	2014	2015	2016	Итого
Выручка (нетто)	361 607	795 536	875 089	962 598	2 994 830
себестоимость проданных товаров	213 318	482 113	524 574	571 282	1 791 288
материалы и комплектующие	120 536	265 179	291 696	320 866	998 277
оплата труда	59 760	95 172	104 689	115 158	374 779
налоги, относимые на текущие	15 538	24 745	27 219	29 941	97 443

затраты					
производственные расходы	17 485	39 518	43 470	47 817	148 289
амортизация	0	57 500	57 500	57 500	172 500
Валовая прибыль	148 289	313 423	350 515	391 316	1 203 543
Прибыль (от продаж)	148 289	313 423	350 515	391 316	1 203 543
налоги, относимые на финансовые результаты	0	4 347	8 160	7 091	19 598
проценты к уплате	0	32 820	27 360	13 680	73 860
прибыль до налогообложения	148 289	276 256	314 995	370 545	1 110 085
налог на прибыль	29 658	55 251	62 999	74 109	222 017
чистая прибыль (убыток)	118 631	221 004	251 996	296 436	888 068
нераспределенная прибыль	118 631	221 004	251 996	296 436	888 068
то же, нарастающим итогом	118 631	339 636	591 632	888 068	

Отчет о движении наличности используется для определения текущего остатка денежных средств на расчетном счете предприятия. Этот остаток формируется за счет прихода денежных средств и расхода денежных средств (затрат на производство продукции и услуг, общих издержек предприятия, затрат на инвестиции, обслуживание и погашение займов, выплаты дивидендов, налоговых и др. выплат).

**Таблица 15 – Отчет о движении денежных средств**

Отчет о движении денежных средств	2013	2014	2015	2016	Итого
Поступления от продаж	405 000	891 000	980 100	1 078 110	3 354 210
Затраты на материалы и комплектующие	-135 000	-297 000	-326 700	-359 370	-1 118 070
Зарплата	-59 760	-95 172	-104 689	-115 158	-374 779
Налоги	-72 026	-75 884	-155 873	-178 763	-482 546
Выплата процентов по кредитам	0	-76 580	-63 840	-31 920	-172 340
<b>Денежные потоки от операционной деятельности</b>	<b>118 631</b>	<b>302 104</b>	<b>280 312</b>	<b>339 344</b>	<b>1 040 391</b>
Инвестиции в здания и сооружения	-300 000	0	0	0	-300 000
Инвестиции в оборудование и другие активы	-197 000	0	0	0	-197 000
Оплата расходов будущих периодов	-50 000	0	0	0	-50 000
Инвестиции в оборотный капитал	31 209	13 462	15 238	14 707	74 616
<b>Денежные потоки от инвестиционной деятельности</b>	<b>-515 791</b>	<b>13 462</b>	<b>15 238</b>	<b>14 707</b>	<b>-472 384</b>
Поступления кредитов	547 000	0	0	0	547 000
Возврат кредитов	0	-91 000	-228 000	-228 000	-547 000
<b>Денежные потоки от финансовой деятельности</b>	<b>547 000</b>	<b>-91 000</b>	<b>-228 000</b>	<b>-228 000</b>	<b>0</b>
<b>Суммарный денежный поток за период</b>	<b>149 840</b>	<b>224 566</b>	<b>67 550</b>	<b>126 052</b>	<b>568 007</b>
<b>Денежные средства на конец периода</b>	<b>149 840</b>	<b>374 405</b>	<b>441 955</b>	<b>568 007</b>	

Таблица 16 – Баланс

Баланс	2013	2014	2015	2016
Деньги	154 310	383 373	451 819	578 857
НДС на приобретенные товары	58 607	0	0	0
Расходы будущих периодов	0	35 714	26 786	17 857
Суммарные оборотные активы	0	395 179	346 607	298 036
Постоянные активы здания и сооружения	0	254 464	241 071	227 679
оборудование и прочие активы	488 393	0	0	0
<b>Незавершенные капиталовложения</b>	<b>488 393</b>	<b>395 179</b>	<b>346 607</b>	<b>298 036</b>
Суммарные внеоборотные активы	0	395 179	346 607	298 036
<b>Итого активов</b>	<b>701 310</b>	<b>814 266</b>	<b>825 212</b>	<b>894 750</b>
Расчеты с бюджетом	33 188	49 672	65 410	80 668
Расчеты с персоналом	2 490	3 966	4 362	4 798
Суммарные краткосрочные обязательства	<b>35 678</b>	<b>53 638</b>	<b>69 772</b>	<b>85 466</b>
<b>Долгосрочные обязательства</b>	<b>547 000</b>	<b>456 000</b>	<b>228 000</b>	<b>0</b>
Нераспределенная прибыль	118 631	304 628	527 440	809 284
Суммарный собственный капитал	<b>118 631</b>	<b>304 628</b>	<b>527 440</b>	<b>809 284</b>
<b>Итого пассивов</b>	<b>701 310</b>	<b>814 266</b>	<b>825 212</b>	<b>894 750</b>
Контроль сходимости баланса	0	0	0	0

Таблица 17 – Показатели финансовой состоятельности

Показатели финансовой состоятельности	Ед.из м.	2013	2014	2015	2016
Рентабельность активов	%	16,9%	24,5%	27,2%	32,8%
Рентабельность собственного капитала	%	100,0%	87,9%	53,6%	42,2%
Рентабельность постоянных активов	%	24,3%	42,1%	60,1%	87,4%
Текущие затраты к выручке от реализации	%	59,0%	60,6%	59,9%	59,3%
Прибыльность продаж	%	32,8%	23,4%	25,5%	29,3%
Рентабельность по балансовой прибыли	%	70%	48%	53%	62%
Рентабельность по чистой прибыли	%	56%	39%	42%	49%
Оборачиваемость активов	разы	0,52	1,05	1,07	1,12
Оборачиваемость собственного капитала	разы	3,05	3,76	2,10	1,44

Оборачиваемость постоянных активов	разы	0,74	1,80	2,36	2,99
Период сбора дебиторской задолженности	дн.	-	-	-	-
Коэффициент общей ликвидности	разы	5,97	7,81	6,86	6,98
Коэффициент срочной ликвидности	разы	4,33	7,15	6,48	6,77
Коэффициент абсолютной ликвидности	разы	4,33	7,15	6,48	6,77
Чистый оборотный капитал	\$	177 238	365 449	408 833	511 248
Коэффициент общей платежеспособности	разы	0,17	0,37	0,64	0,90
Коэффициент автономии	разы	0,20	0,60	1,77	9,47
Доля долгосрочных кредитов в валюте баланса	%	78%	56%	28%	0%
Общий коэффициент покрытия долга	разы	-	2,34	1,23	1,48
Покрытие процентов по кредитам	разы	-	4,04	5,36	12,04

**Таблица 18 – Эффективность инвестиций**

Эффективность инвестиций		2013	2014	2015	2016
Валюта расчетов	\$				
Годовая ставка дисконтирования:	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%	10,0%
Денежные потоки от операционной деятельности	да	118 631	302 104	280 312	339 344
за исключением процентов по кредитам	да	0	76 580	63 840	31 920
Денежные потоки от инвестиционной деятельности	да	-515 791	13 462	15 238	14 707
Чистый денежный поток		-397 160	392 146	359 390	385 972
Дисконтированный чистый денежный поток		-361 055	324 087	270 015	263 624
Дисконтированный поток нарастающим итогом		-361 055	-36 967	233 048	496 671
Простой срок окупаемости	2,01				
Чистая приведенная стоимость (NPV)	<b>496 671</b>				
Дисконтированный срок окупаемости (PBP)	<b>2,14</b>				
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	<b>79,4%</b>				
Норма доходности полных инвестиционных затрат	113,8%				
Модифицированная IRR (MIRR)	<b>36,6%</b>				
Средневзвешенная стоимость капитала	10%				
Ставка дисконтирования инвестиционных затрат	10%				

## 11. Эффективность проекта

Таблица 19 – Показатели деятельности бизнеса

Показатели	Значение показателей в \$ (за 4 года)
Объем продаж с нарастающим итогом	3 354 210
Чистая стоимость денежных потоков (NPV)	496 671
Чистая прибыль с нарастающим итогом	809 284

Таблица 20 – Финансовый анализ

Показатели	Значение показателей в \$ (за 4 года)
Рентабельность активов (отношение чистой прибыли к стоимости активов)	32.8%
Рентабельность собственного капитала (отношение чистой прибыли к сумме собственного капитала.)	42.2 %
Прибыльность продаж (отношение чистой прибыли к выручке нетто)	29.3%

Таблица 21 – Инвестиционный анализ

Показатели	Значение показателей в \$ (за 4 года)
Объем инвестиций	547 000
Ставка дисконта	10%
Простой срок окупаемости	2,01 года
Дисконтированный срок окупаемости	2,14 года
Стоимость создаваемого бизнеса (NPV)	496 671
Внутренняя норма доходности (IRR, доходность эквивалентных инвестиций)	79.4 %
Модифицированная IRR (MIRR)	36,6 %

Дисконтированный денежный поток сохраняет положительное значение, что свидетельствует об осуществимости проекта. Значение накопленного дисконтированного денежного потока за прогнозный период достигает 809 284 USD (данные на конец 4 года). Чистая прибыль уже в 2013 г. составляет 118 631 USD.

Внутренняя норма доходности (IRR) находится на высоком уровне и составляет 79.4 % годовых. Это обусловлено высокой рентабельностью продаж и оборачиваемостью активов, которые позволяют генерировать большую величину денежного потока, при относительно низком уровне инвестиционных затрат.

Период окупаемости проекта без учета дисконтирования - 2.01 года, а с учетом дисконтирования – 2.14 года, что является достаточно высоким показателем эффективности проект

**Рисунок 2 – Окупаемость проекта**



Анализ показателей эффективности инвестиций настоящего проекта позволяет сделать вывод, что при прогнозируемых объемах реализации, капитальных вложениях, ценах на готовую продукцию и производственных издержках проект является надежным и рентабельным.

Успешная реализация настоящего проекта создает благоприятные перспективы для упрочения позиций предприятия на рынке по основным показателям, получения и увеличения в дальнейшем объемов чистой прибыли.

Проведенное маркетинговое исследование показывает наличие благоприятных тенденций развития рынка, что позволит инициатору проекта реализовать его в кратчайшие сроки и достичь планируемых показателей финансово-хозяйственной деятельности.

Проведенные финансовые расчеты по проекту, анализ полученных значений показателей коммерческой эффективности инвестиций для проекта позволяют охарактеризовать проект как высокодоходный, с умеренным уровнем риска, высокой рентабельностью текущей деятельности и низким сроком окупаемости

Таким образом, проект эффективен, рентабелен, окупается в достаточно короткий срок и может рассматриваться как выгодное размещение инвестиций.

Проект является коммерчески привлекательным предприятием для всех его участников



## 12. Социально-экономическое и экологическое воздействие

### 12.1 Социально-экономические аспекты проекта

Эффект от реализации данного проекта на социальную сферу отражается следующими показателями:

1. Количество создаваемых рабочих мест – 14;
  2. Удовлетворение спроса потребителей – через предоставление услуг проекта;
- Налоги и платежи в фонды – 502 242 USD

Таблица 22 – Налоги и платежи в фонды

Вид налога		2013	2014	2015	2016	Итого
<b>Налог на добавленную стоимость</b>						
ставка	12%					
период уплаты	30					
НДС полученный		43 393	95 464	105 011	115 512	359 380
НДС уплаченный		75 170	36 564	40 220	44 242	196 195
Платежи НДС в бюджет (или возврат из бюджета)		26 830	294	64 791	71 270	163 185
<b>Налоги, относимые на текущие затраты</b>						
Начисления на заработную плату		15 538	24 745	27 219	29 941	97 443
<b>Налоги, относимые на финансовые результаты</b>						
Налог на имущество		0	4 347	8 160	7 091	19 598
<b>Налог на прибыль</b>						
ставка	20%	20%	20%	20%	20%	
период уплаты	365					
Начисленный налог на прибыль		29 658	55 251	62 999	74 109	222 017
<b>Суммарные налоговые выплаты</b>		<b>72 026</b>	<b>84 636</b>	<b>163 169</b>	<b>182 411</b>	<b>502 242</b>

### 12.2 Экологические аспекты

На всех этапах реализации проекта (прединвестиционного, инвестиционного и эксплуатационного) вредное воздействие на окружающую среду отсутствует, поэтому отсутствует необходимость разработки и внедрения природоохранных мероприятий.