

БИЗНЕС-ПЛАН

Прокат легковых автомобилей

СОДЕРЖАНИЕ

1.	РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	3
2.	ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА	5
3.	АНАЛИЗ ОТРАСЛИ И РЫНКА	6
4.	МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН	9
5.	ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА	13
6.	ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА	15
7.	ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	19
8.	ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА	26
9.	ЗАКЛЮЧЕНИЕ	31

1. Резюме проекта

По итогам подготовки бизнес-плана составьте его резюме для потенциальных участников – раскройте в нем суть и основные параметры проекта, представьте его инициаторов, опишите рынок, на котором планируется достичь заявленных финансовых результатов, обоснуйте необходимый объем привлекаемого финансирования. На последнем, если проект готовится не для себя, а для внешних пользователей, стоит сделать особый акцент. Для этого потребуется предложить стратегию финансирования проекта – долю инвестора, условия выхода размер запрашиваемого кредита, сроки его погашения, упомянуть гарантии и обеспечения, а также вложение собственных средств инициаторов.

Инициатор проекта

Инициатор: ООО «ХХХ»

Организационно-правовая форма – общество с ограниченной ответственностью.

Год создания: 2007

Руководитель – Иванов Иван Иванович

Основной вид деятельности – производство автокомплекующих

Цель проекта

Цель проекта – диверсификация деятельности путем предоставления услуг корпоративным клиентам. Для этого создается новая компания с учредителями, входящими в состав ООО «ХХХ».

Краткая характеристика рынка

Компания планирует работать на рынке проката автомобиля. При загрузке в 70% от месяца (или 22 дня) и средним ценам в своих сегментах, существующий объем рынка, выраженный в деньгах, составляет около 4 млн. долларов США в месяц и 48 млн. долларов США в год.

Сведения о поддержке проекта

Свою заинтересованность в осуществлении проекта и готовность поддержать проект выразили акционеры «ХХХ» и его компаний-партнеров, а также частные инвесторы, лизинговая компания и дилерский центр.

Место и сроки реализации проекта

Реализация проекта будет осуществляться в городе Москва, Московской области и прилегающих к ней областях РФ. Реализовать проект предполагается в течение 48 месяцев, со стартом в октябре 2010.

Таблица 1.

Технико-экономические показатели проекта на 1 год

Наименование услуги	Единица измерения	Объем производства, год	Расход основного сырья, год
Прокат легковых автомобилей	сутки	ограничен только календарными датами	отсутствует

Показатели эффективности проекта

Ниже представлены интегральные показатели проекта для денежных потоков, выраженных в рублях. Финансирование путем вложений акционерного капитала, с выплатой дивидендов по итогам 3-го, 4-го годов. Кредиты отсутствуют. Период расчета показателей – 4 года (48 месяцев). Шаг дисконтирования денежных потоков – 1 месяц.

Таблица 2.

Показатели эффективности проекта

Наименование показателя	Значение
Ставка дисконтирования, %	22,00
Период окупаемости - PB, мес.	29
Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес.	36
Средняя норма рентабельности - ARR, %	103,80
Чистый приведенный доход – NPV, тыс. руб.	9 223 890
Индекс прибыльности - PI	2,46
Модифицированная внутренняя норма рентабельности – MIRR	29

Стоимость проекта

Инвестиционная фаза проекта составляет 8 месяцев.

Общий размер инвестиций в проект составит 6,6 млн. рублей, из которых:

- инвестиции в приобретение основного и вспомогательного оборудования – 5,9 млн. руб.;
- инвестиции в оборотный капитал – 0,7 млн. руб.

Значения показателей эффективности, рассчитанные по величине чистого денежного потока:

- NPV: 9 223 890 руб.
- MIRR: 29 %

2. Описание проекта

Кратко отразите в разделе цель и краткое содержание проекта – основные рыночные цели, ключевые этапы его реализации. Укажите организационно-правовую форму планируемого бизнеса, местоположение, наименование компании, приведите данные об учредителях и основных участниках проекта. В описании стоит раскрыть планируемые направления деятельности, основные виды продукции

2.1.1. Общая информация

Общество с ограниченной ответственностью «ХХХ» создан в 2007 г. в соответствии с федеральным законом "Об обществах с ограниченной ответственностью".

Юридический (почтовый) адрес г. Москва, ул. Дубнинская, д. 81А

2.1.2. Краткая информация об учредителях

Учредитель организации (собственник) – Иванов Иван Иванович. Занимает должность Генерального директора.

2.1.3. Основные виды деятельности

Основным видом деятельности Компании является производство автокомплекующих..

3. Анализ отрасли и рынка

Анализ рынка и отрасли – основа для обоснования прогнозной выручки проекта, составления плана маркетинга и определения бюджета коммерческих расходов. Этот раздел иллюстрирует, насколько оправданы будущие поступления проекта и характеризует инициаторов как предпринимателей, знающих "на пять" собственный рынок и предоставляемыми им услуги.

При подготовке бизнес-плана стоит уделить внимание таким вопросам, как характеристика отрасли и рынка, темпам их роста за последние 3-5 лет, оценке их потенциальной емкости и текущего объема потребления услуг на рынке, уровню развития и размерам (город, регион, ФО, РФ и пр.), тенденции, которые можно выделить для данного рынка и прогнозами его развития. Инвестор и банк хотят быть уверены в том, что рынок для услуги существует, будет существовать и расти в перспективе, что компания сможет занять место на нем и достичь желаемой рентабельности продаж.

При подготовке данного раздела дополнительно потребуется ответить на следующие вопросы:

Есть ли платежеспособный спрос на данную услугу? Как он изменится в дальнейшем: вырастет, останется прежним, сократится? Возможно ли перепроизводство данного продукта / услуги, есть ли к этому предпосылки?

Будет ли услуга в дальнейшем конкурентоспособна? Кто является основными конкурентами? Каковы их сильные и слабые стороны? В чем вы выигрываете и проигрываете?

Будет ли противодействие со стороны конкурентов? Могут ли появиться новые предложения, заменяющие данную услугу?

2.1 Краткая характеристика отрасли

Общий размер рынка на настоящий момент представляется в размере около 4 000 автомобилей во всех сегментах. Точная цифра не известна, её исследование является маловероятным, осложняется закрытостью бизнеса, предоставлением услуг другими компаниями без официальных платежных документов, и, как следствие, отсутствием данных для исследования, а также подменой услуг, например, компании по предоставлению такси, факультативно занимаются прокатом, то же касается официальных дилеров. При загрузке в 70% от месяца (или 22 дня) и средним ценам в своих сегментах, существующий объем рынка, выраженный в деньгах, составляет около 4 млн. долларов США в месяц и 48 млн. долларов США в год.

2.2 Сегментация рынка

Сегментация рынка может быть проведена по классу арендуемых автомобилей и по типам потребителей.

Сегментация рынка по классу автомобилей сложилась и является устойчивой. К основным классам относятся:

- «Бюджет» класс (800-1000 р./сут.): отечественные автомобили, Daewoo Nexia, китайские автомобили. Chevrolet Lanos (3A3)
- «Эконом» класс (1 300 – 2000 р./сут.): Renault Logan, Nissan Almera, Chevrolet Aveo, Nissan Micra, Kia Rio, Hyundai Accent.
- «Средний» класс (2200 – 3000 р./сут.): Ford Focus, Renault Megan, Nissan Qashkai, Nissan Note, Kia Cerato, Pegout 308, Mitsubishi Lancer.
- «Бизнес» класс (3500 – 4500 р./сут.): Toyota Camry, Nissan Teana, Renault Laguna, Volkswagen Passat, Ford Mondeo.

- «Представительский» класс (5000 – 7000 р. /сут.): модельные ряды Mercedes, BMW, Audi, микроавтобусы.
- «Люкс» класс (10 000 – 20 000 р./сут.); цена часто почасовая, договорная; индивидуальный подход к обеспечению аренды автомобиля): эксклюзивные мелкосерийные автомобили (Bentley, Maibach, Maseratti), лимузины 7-11 местные, тюнинговые автомобили.

Следует отметить, однако, что у участников рынка аренды автомобилей отсутствует единая сегментация автотранспорта, что в итоге приводит к тому, что автомобиль, предлагаемый одной компанией в сегмент «бизнес», в другой компании может входить в группу «средний» и т.д.

По оценкам экспертов деление в долях по сегментам составляет: 25% - «бюджет», 25% - «эконом», 20% - «средний», 20% - «бизнес», 10% - «представительский» и «люкс».

2.3 Сегментация потребителей

Таблица 3.

Пол	Мужчины 95%	Женщины 5%
Возраст (при приближении верхней границы приоритет смещается в сторону бизнес класса)	25-60 лет	30-50 лет
Род занятий, профессия (в порядке убывания потребности)	ИП, управленцы среднего и низшего звена, менеджеры по продажам, PR-менеджеры.	Маркетологи, продавцы крупных компаний, PR-менеджеры, ИП, домохозяйки.
Доход (официальный или нет)	30-80 тыс. руб. в месяц, разный	50-100 тыс. руб. в месяц, скорее «белый»
Приезжие/местные (ежемесячно только на ж/д вокзалы Москвы прибывает около 30 000 иногородних человек)	Примерно 40% приезжих	Примерно 25% приезжих
Потребность	Большая часть 2-4 раза в месяц на 1-3 суток (пятница, выходные)	1-3 раза в месяц (пятница, выходные, крупные магазины, находящиеся за городом)

2.4 Основные конкуренты

Сегодня на рынке в Москве работают около 60 компаний по прокату во всех сегментах. Существует взаимное проникновение рядом находящихся сегментов и разбивка в автомобилях по сегментам выглядит следующим образом:

- «бюджет» и «эконом» – 30%,

- «средний» – 30%,
- «бизнес» класс 25%,
- «представительский» и «люкс» около 5%.

Основная часть рекламы приходится на сеть Интернет. Анализ трехмесячного наблюдения показал, что на первых местах в популярном поисковике Яндекс одна и та же компания не находится более недели – десяти дней. Опрос менеджеров действующей компании указал на отсутствие необходимости постоянно поддерживать компанию на первых строках поисковика. Это же подтверждают игроки рынка интернет-рекламы. Таким образом, эффективная реклама в сегменте «эконом» – это нахождение на первых двух - трех страницах Яндекса и контекстная реклама.

В сегменте «бизнес» ситуация несколько иная. Реклама осуществляется на первых страницах поисковиков в интернете в основном для «входа» в рынок. Основное поддержание уровня продаж осуществляется за счет работы в бизнес – центрах (информационные стойки, проведение совместных акций).

4. Маркетинговый план

Какой маркетинговой стратегии будет придерживаться компания? Какие политические, экономические и другие, внешние по отношению к компании и неконтролируемые факторы смогут повлиять на реализацию проекта? В специальной литературе это получило название STEP или PEST-анализа. Тем более это важно на рынке, подверженном государственному регулированию. Какие сильные стороны будет использовать компания для реализации открывающихся возможностей и как сможет минимизировать влияние угроз? Для этого стоит провести SWOT-анализ.

В разделе надо также ответить на вопросы о том, какова будет ценовая политика, в каких объемах и на каких условиях (в кредит, с авансовой оплатой, со склада, под заказ и пр.) планируется реализация продукции.

Уточните, какие затраты на сбыт предполагаются? Сколько будет тратиться на стимулирование продаж, рекламу?

Стратегия маркетинга компании направлена на:

- Вход на рынок. Для этого используется реклама, направленная на узнавание компании и на формирование образа надежного и эффективного поставщика услуги проката автомобилей и сервисных решений для клиентов. В этом случае используется наружная, контекстная и интернет-реклама на поисковых страницах, на специализированных сайтах, в справочниках;
- Укрепление и закрепление позиций компании среди новых клиентов и интересующихся «холодных» клиентов. Для этого используется реклама в местах прибытия иногородних (аэропорты, ж/д вокзалы, отели) и местах постоянной работы потенциальных потребителей (бизнес центры, выставки, специализированные журналы);
- Повышение узнаваемости. Для этого используются флаеры, информационные стенды, точки с визитками и информационными листами (буклетами).

Тактические задачи: загрузка имеющихся автомобилей в первые три месяца работы компании должна составлять не менее 40% от полной эксплуатации – 12 дней в месяц. По истечении трех месяцев, каждый последующий автомобиль, выведенный на линию, должен быть загружен не менее чем на 70% от полной эксплуатации в месяц, то есть 22 дня в месяц.

Эти задачи достигаются путем размещения рекламы со ссылкой на сайт компании и поддержки продаж в лице персонала компании.

PEST анализ

Таблица 4.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ
<ul style="list-style-type: none"> •Административное влияние + • Тарифная политика +/- • Кредитная политика (стоимость капитала, стимулирование) - • Лицензирование - • Возможное повышение пошлин для автомобилей старше 5 лет - • Введение стандарта Евро 4 + 	<ul style="list-style-type: none"> • Мировой фин.кризис/снижение к доступу капитала - • Действия конкурентов/демпинг - • Расслоение общества/цена как основной фактор +/- • Повышение покупательной способности + • Растущий спрос на средство предоставления услуги + • Длительность технологического цикла +
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ	ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ
<ul style="list-style-type: none"> • Присутствие удобного спектра услуг для потребителя + • Тенденция образа жизни/транспортные перемещения + • Тенденция оптимизации времени + • Оптимизация расходов субъектов малого бизнеса + 	<ul style="list-style-type: none"> • Использование Интернет (информирование) + • Разработки инновационных технологий - • Внедрение конкурентных преимуществ - • Внедрение использования средств глобального позиционирования (ГЛОНАСС) +

По итогам анализа внешних для компании факторов можно сделать вывод, что сложившаяся ситуация благоприятствует вхождению на рынок, имеется большой потенциал роста и получения доли рынка при дальнейшем развитии.

К основным возможным минусам можно отнести высокую стоимость кредитных ресурсов в РФ, пока не восстановившийся для докризисных значений и относительно невысокий уровень благосостояния и деловой активности населения.

SWOT-анализ

Таблица 5.

Сильные стороны	Слабые стороны
Высокое качество услуги Наличие уникальных услуг Квалифицированный персонал (продажи) Удобная ценовая политика	Заемные средства Поддержание качества машин Возможность незаконных действий
Угрозы	Возможности
Большое количество конкурентов Невысокое качество услуги и машин Демпинг Стоимость рекламы	Дифференциация услуги Избавление от части заемных средств Слияние с крупными игроками

**Количественная оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей
внешней среды**

Таблица 6.

Сильные стороны			Слабые стороны		
Высокое качество услуги		13	Заемные средства		15
Наличие уникальных услуг		9	Поддержание качества машин		15
Квалифицированный персонал (продажи)		9	Возможность незаконных действий		9
Угрозы			Возможности		
Большое количество конкурентов		16	Дифференциация услуги		10
Невысокое качество услуги и машин (демпинг)		13	Избавление от части заемных средств		26

Таблица 7.

Формулировка проблемного поля

		Сильные стороны			Слабые стороны		
		Высокое качество услуги	Наличие уникальных услуг	Квалифицированный персонал (продажи)	Заемные средства	Поддержание качества машин	Возможность незаконных действий
У Г Р О З Ы	Большое количество конкурентов	Поддержани е и постоянное повышение качества	Повышени е узнаваемо сти наших услуг	Персонал удержива ет клиентов и привлекае т новых		Контроль расходов, плановое использов ание прибыли	Договорная база, средства слежения, контроль персонала, страхование
	Невысокое качество услуги и машин (демпинг)						
В О З М О Ж Н О С Т И	Дифференциация услуги	Извлечение прибыли			Контроль расходов	Оптимальная работа с дилером	Привлечение бывших сотрудников МВД. Договорная база, средства слежения, контроль персонала
	Избавление от части заемных средств	Получение собственных денежных средств				Оптимальная работа с персоналом (механики) и дилером	

Анализ SWOT показывает ключевые для внимания управленческого персонала зоны, которые влияют на успешную работу компании. В частности, видно, что основные угрозы исходят от действий конкурентов настолько, насколько компания нова на рынке и не имеет своего устойчивого клиента. Решение этой задачи лежит в качественной работе с клиентами не просто предоставлением имеющихся в наличии машин, но и получаемым сервисом, а также качественным набором дополнительных услуг. Большое внимание уделяется подготовке персонала, его профессиональным и личностным качествам.

Поскольку компания реально оценивает стоимость собственного капитала и заемного капитала (лизинговые ресурсы), контроль расходов имеет первоочередное значение на всем протяжении проекта. Планируемые показатели увязываются с расходами.

В силу большого наличия материальных средств (автомобилей в лизинге) внимание уделяется защите от незаконных действий, направленных на порчу машин и выбытие их из работы. В последнее время на рынке такие действия количественно уменьшаются, однако мы обязательно принимаем их во внимание и предпринимаем действия для их нейтрализации.

Вывод: для успешной реализации проекта в меньшей степени требуются ноу-хау, инновации, специальные лицензии или сертификация услуг. При соблюдении плана постепенного ввода автомобилей в эксплуатацию, наличия денежных средств, обеспечивающих приобретение автомобилей, проект может достичь коммерческого успеха.

5. Инвестиционный план проекта

Чтобы подготовить данный раздел стоит продумать следующие моменты: рассмотреть основные этапы работ, определить, состав оборудования, приобретаемого для достижения целей проекта. Стоит уточнить, в какие сроки, по какой цене и на каких условиях будет приобретаться оборудование. Конечно, потребуется составить календарный график необходимых работ, привязать его к датам, например, воспользовавшись диаграммой Ганта. В итоге необходимо будет определить объем капиталовложений.

Какова длительность инвестиционной фазы проекта? Какие задачи планируется решать и с привлечением каких организаций? Во что обойдутся услуги, связанные, например, с регистрацией, с получением разрешительной документации, с подключениями к внешней инфраструктуре, со строительными-монтажными и отделочными работами. Для активов, например, приобретаемого оборудования укажите сроки полезного использования активов, а также дату их ввода в эксплуатацию.

Инвестиционная фаза проекта составляет 8 месяцев. Основные задачи, которые будут решаться за этот период времени включают:

- регистрацию компании
- подготовку офиса для работы
- размещение рекламы
- приобретение первых партий автомобилей.

Так как компания – инициатор проекта является успешно действующей, время на подготовку офиса для работы проката является минимальным. Материально-техническая база также не требует времени на наладку. Таким образом, все основные усилия сосредоточены на формировании оптимальных предложений для лизингодателя и страховщика, а также поставщика, так как новых машин на рынке не много. Вся подготовка проводится силами нашей команды без привлечения сторонних исполнителей. Представленная ниже таблица содержит очередность ввода машин в эксплуатацию:

Таблица 8.

План ввода машин

Месяц проекта	Дата	Ввод машин
1-й месяц проекта	окт.10	
2-й месяц проекта	ноя.10	1-я партия 10 Рено Логан
3-й месяц проекта	дек.10	2-я партия 10 Рено Логан
4-й месяц проекта	январ.11	3-я партия 10 Рено Логан
5-й месяц проекта	фев.11	4-я партия 10 Рено Логан
6-й месяц проекта	мар.11	5-я партия 10 Тойота Камри
7-й месяц проекта	апр.11	6-я партия 10 Рено Логан
8-й месяц проекта	май.11	7-я партия 10 Рено Логан
9-й месяц проекта	июн.11	8-я партия 10 Рено Логан
10-й месяц проекта	июл.11	9-я партия 10 Рено Логан

Список этапов

Таблица 9.

№	Наименование этапа	Длит-ть	Дата начала	Дата окончания
1	● Этап без названия	20	01.10.2010	20.10.2010
2	● Покупка и эксплуатация машин 1 партия	1180	22.10.2010	13.01.2014
3	ff Производство [Прокат 1 партия]	...	01.11.2010	...
4	● Покупка и эксплуатация машин 2 партия	1180	21.11.2010	12.02.2014
5	ff Производство [Прокат 2 партия]	...	01.12.2010	...
6	● Покупка и эксплуатация машин 3 партия	1180	21.12.2010	14.03.2014
7	ff Производство [Прокат 3 партия]	...	03.01.2011	...
8	● Покупка и эксплуатация машин 4 партия	1180	21.01.2011	14.04.2014
9	ff Производство [Прокат 4 партия]	...	01.02.2011	...
10	● Покупка и эксплуатация машин 5 партия	1180	20.02.2011	14.05.2014
11	ff Производство [Прокат 5 партия]	...	01.03.2011	...
12	● Покупка и эксплуатация машин 6 партия	1180	20.03.2011	11.06.2014
13	ff Производство [Прокат 6 партия]	...	01.04.2011	...
14	● Покупка и эксплуатация машин 7 партия	1180	20.04.2011	12.07.2014
15	ff Производство [Прокат 7 партия]	...	01.05.2011	...
16	● Покупка и эксплуатация машин 8 партия	1180	20.05.2011	11.08.2014
17	ff Производство [Прокат 8 партия]	...	30.05.2011	...
18	● Покупка и эксплуатация машин 9 партия	1180	20.06.2011	11.09.2014
19	ff Производство [Прокат 9 партия]	...	30.06.2011	...

Рис.1. Инвестиционный план

В отношении всех основных средств используется линейный метод начисления амортизации. Сроки амортизации, установленные для различных видов активов, представлены в приведенной ниже таблице. После выкупа машин у лизинговой компании, цена продажи 200 000 рублей для одного автомобиля Рено Logan или 2 000 00 за партию и 350 000 рублей для одного автомобиля Тойота Камри или 3 500 000 рублей за партию. Поскольку все автомобили приобретаются при помощи лизинга, к ним применяется коэффициент ускоренной амортизации с поправочным коэффициентом, согласно Налоговому кодексу РФ.

Таблица 10.

Сроки полезного использования активов

п/п	Вид актива	Срок полезного использования, мес
1.	80 автомобилей Рено Logan	38 месяцев
2.	10 автомобилей Тойота Камри	38 месяцев

6. Операционный план проекта

В данном бизнес-плане раздел является know-how и специально представлен в сокращенном виде.

В общем случае в нем стоит привести технологический процесс, график производства или оказания услуг, раскрыть себестоимость производимых товаров / услуг. Ответьте на вопросы, какие материалы, услуги, все то, что является затратами, необходимыми для осуществления основной деятельности, можно отнести непосредственно на данную услугу или единицу продукции, а какие – в целом на компанию? Каков их объем? С какой периодичностью их надо приобретать, на каких условиях и по каким ценам оплачивать?

Обязательно оцените, как будет меняться объем производства, за какое время проект сможет выйти на полную производственную мощность. Проработайте вопрос со штатным расписанием: сколько сотрудников, на каких позициях и с какими окладами потребуются?

6.1. Расходы по основной деятельности

6.1.1. Прямые издержки и накладные расходы

В состав расходов на текущую деятельность входят затраты на приобретение машин (авансовые лизинговые платежи), общие издержки и расходы на персонал.

Увеличение затрат на материалы и комплектующие связано с установленным темпом роста цен в размере 8 % в год с уменьшением на 1 % в год.

6.1.2. Общие расходы

Все общие расходы в проекте с указанием сроков и величины выплат по ним представлены в приведенной ниже таблице. Величина издержек указана в текущих ценах с учетом НДС в расчете на один год. Начиная со 2-го года проекта ожидается рост накладных расходов в соответствии с изменением индекса потребительских цен.

Таблица 11.

Общие расходы (руб. /год).

Название	Сумма (руб.)	Платежи
Аренда офиса	60 000	720 000
Реклама	120 000	1 440 000
Связь	5 000	60 000
ТО каждой машины за период эксплуатации, 38 месяцев		280 300

Расходы на техническое обслуживание рассчитываются по сложной схеме и не являются регулярными ежемесячными. Их периодичность рассчитана исходя из требования поставщика машин (данные на одну машину):

6-й месяц	24-й месяц	36-й месяц
60 000 рублей	140 300 рублей	80 000 рублей

Затраты на персонал показаны по методу начислений с учетом страховых взносов.

Таблица 12.

6.1.3. Затраты на персонал

Строка	10-12.2010	2011 год	2012 год	2013 год	1-9.2014
Директор	180000,00	1160000,00	1200000,00	1200000,00	500000,00
Механик 1	120000,00	721160,61	760373,82	815764,15	572509,89
Механик 2		721160,61	760373,82	815764,15	141049,30
Механик 3		541160,61	760373,82	815764,15	355208,33
Колл-центр	105000,00	420677,02	443551,39	475862,42	376629,19
Механик 4		361160,61	760373,82	815764,15	645650,04
ИТОГО	405000,00	3925319,46	4685046,66	4938919,02	2591046,74

Увеличение затрат на оплату труда связано с установленным темпом роста цен на заработную плату на 8 % с уменьшением в год на 1 %.

В состав общих (накладных) издержек включены затраты на административно-управленческие расходы, оплату офиса, (включающую расходы на физическую охрану и видеонаблюдение, коммунальные услуги офиса)

Ежегодный темп инфляции на общие издержки установлен в размере 8%, с уменьшением на 1% каждый год, исходя из текущего годового темпа инфляции.

Затраты на персонал рассчитаны исходя из законодательного ограничения по выплате страховых взносов по достижении суммы заработной платы в 415 тысяч рублей за год

6.2. План сбыта

6.2.1. Потребители и основные каналы сбыта

Потребителями продукции компании являются физические и юридические лица.

Реализацию продукции планируется осуществлять в офисе продаж путем оформления документов на право управления транспортным средством. Процедура проверки надежности клиента, осмотра автомобиля и фиксация результатов осмотра регламентируются внутренними документами компании и являются обязательными для исполнения механиками.

6.2.2. Ценовая политика и условия сбыта продукции

Предполагаемая цена реализации продукции (по состоянию на текущий момент времени) представлена ниже.

Таблица 13.

Начальная цена реализации продукции

Продукт	Цена с НДС, руб.	Нач. продаж
Прокат автомобиля Рено	1 000	Ноябрь 2010 г.
Прокат автомобиля Тойота	1 500	Ноябрь 2010 г.

Цена показана вместе с налогом на добавленную стоимость на месяц начала продаж. Предполагается, что годовых темпов роста цены на продукцию не будет.

Предусматривается шкала скидок за пользование машиной несколько дней непрерывно (цена указана за сутки):

7 дней	10 %
15 дней	15%
30 дней	20%

Таким образом, суммарная выручка с автомобиля Рено в месяц равна 23 000 рублей и является плановой, с Тойота 34 500 рублей, что также является плановой.

6.2.3. Поступления от сбыта продукции

Основные поступления проекта предполагается обеспечить за счет продажи услуг. В соответствии с планом сбыта, установленными ценами и уровнем инфляции, равным 8% годовых, предполагается получение следующей выручки от продаж. Выручка указана без НДС по методу начисления.

Таблица 14.

Объем продаж (тыс. руб.)

Продукт	2011 год	2012 год	2013 год
Прокат Рено	2 148.00	2 471.00	2 651.00
Прокат Тойота	2 930.00	3 706.00	3 976.00

7. Финансовый план

Раздел посвящен расчету потребности в финансировании проекта, анализу источников финансирования (собственных средств, банковских займов и пр.), выработке графика получения и графика возврата привлекаемых средств, процентных платежей, выплат по финансовой аренде (лизингу), дивидендных платежей. Проценты и дивиденды рассчитываются, исходя из условий кредитования или решений по дивидендной политике.

Укажите, на каких условиях планируется кредитование, какой будет объем привлекаемых кредитных средств, процентная ставка, условия возврата "тела" кредита и процентов? Будут ли отсрочки данных платежей? Для оценки прогнозных финансовых результатов потребуется получить три основные формы отчетов – отчет о прибылях и убытках, баланс и отчет о движении денежных средств. Первый из них показывает, насколько прибылен бизнес, второй – какими активами и пассивами обладает компания, третий – откуда будут браться денежные средства, на что тратиться и сколько будет оставаться в распоряжении участников проекта. Как правило, сами отчеты выносятся в приложение. На основе прогноза денежных потоков определяется общая потребность в финансировании, приводятся его источники, структура и условия. Также в разделе приводятся основные допущения, применяемые при финансовых расчетах.

7.1. Основные допущения и макроэкономические параметры проекта

Деятельность предприятия рассчитана на неопределенно долгий срок, однако для анализа инвестиционного проекта был установлен горизонт расчета длительностью в 48 месяцев. Условная дата начала проекта **01.10.2010**, однако фактическое начало работ будет зависеть от момента начала финансирования проекта.

Основная валюта проекта – рубль, вторая валюта проекта – доллар. Курс установлен в размере 30 руб./евро и не меняется на всем протяжении проекта.

Ставка рефинансирования ЦБ РФ установлена в размере 7,75 % и на протяжении проекта равномерно понижается до 6,31%.

В проекте используются следующие виды налогов:

- Налог на прибыль;
- НДС;
- Налог на имущество;
- Страховые взносы (ПФ, ФСС, ФФОМС, ТФОМС).

7.1.1. Налоговые платежи

Таблица 15.

Ставки налогов

Наименование налога	Ставка налога	Периодичность уплаты
Налог на прибыль	20%	Месяц
НДС	18%	Месяц
Налог на имущество	2,2%	Квартал
Страховые взносы	34%	Месяц

Таблица 16.

Налоговые выплаты (руб.)

Наименование	10-12. 2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	1-9. 2014 год
Налог на прибыль		621060,62	1276722,01	1412575,04	2558689,77
НДС		1120160,36	1817531,08	1956903,08	710051,78
Налог на имущество		261246,92	326959,34	166815,99	26674,20
Страховые взносы	105300,00	897915,19	905692,47	969272,34	740643,13
ИТОГО	105 300.00	2 900 383.09	4 326 904.90	4 505 566.45	4 036 058.88

Начиная со 2-го года в проекте учитываются инфляционные ожидания. Темпы инфляции различаются для разных категорий выплат и составляют следующие величины:

–Инфляция сбыта: 8 % годовых. Ставка установлена исходя из усредненного индекса цен на услуги в Московской области за последние 6 лет.

–Инфляция прямых издержек: 8 % годовых. Ставка установлена исходя из ожидаемого темпа роста цен на основное сырье на российских рынках.

–Инфляция общих издержек: 8 % годовых. Ставка установлена исходя из усредненного индекса потребительских цен по РФ за последние 6 лет.

–Инфляция заработной платы: 8 % годовых. Ставка установлена исходя из усредненного индекса потребительских цен по РФ за последние 6 лет.

–Инфляция на недвижимость (инфляция по капитальным вложениям): 0%. Нулевая ставка установлена, исходя из предположения о том, что все инвестиционные затраты уже согласованы с поставщиками и не подлежат пересмотру.

7.1.2. Финансовые расходы (затраты на обслуживание займов)

Финансовые расходы компании состоят:

- из акционерного капитала, распределенного между пятью акционерами. Дивиденды выплачиваются на 3-й, 4-й год по итогам, если иное не будет принято на общем собрании собственников. Размер заемных средств определен в соответствии с потребностями проекта и составляет 6, 05 млн. рублей. По результатам успешной работы 1-го года реализуется опцион

генеральному директору, который составляет равную долю всех собственников;

- из лизингового финансирования машин. Стоимость лизинговых ресурсов 20% годовых, аванс равен 20 %. Лизинговые платежи в полном объеме относятся на себестоимость, уменьшая налогооблагаемую базу по налогу на прибыль, ускоряя амортизацию машин, что позволит сократить срок использования и ускорить оборачиваемость машин в компании.

Исходя из указанных параметров лизинговой сделки, компания будет нести ежемесячные расходы в размере 1 084 000 рублей.

Для финансирования проекта предполагается привлечь акционерный капитал в размере 6 600 000 рублей.

7.1.3. Прогнозный отчет о прибылях и убытках

Отчет о прибылях и убытках отражает операционную деятельность предприятия (процесс производства и сбыта продукции или услуг) за определенные периоды времени (месяц). В соответствии с основополагающими принципами бухгалтерского учета, формирование отчета о прибылях и убытках осуществляется на основании метода начислений. Суть метода начислений состоит в том, что доходы учитываются по методу, который в Российском учете получил название "по отгрузке", а расходы признаются в момент их фактического возникновения, независимо от того, когда они будут оплачены.

Деятельность предприятия принято разделять на три функциональные основные области: операционная или производственная, инвестиционная, финансовая. "Отчет о прибылях и убытках" отражает только операционную деятельность предприятия, демонстрируя ее эффективность с точки зрения покрытия производственных затрат доходами от реализации произведенной продукции или услуг. Другими словами, "Отчета о прибылях и убытках" позволяет определить, предприятие выполняет основную свою функцию - производить и реализовывать продукцию или услуги, и какой объем прибыли можно получить в результате этой деятельности.

Представленный ниже прогнозный отчет о прибылях и убытках сформирован на основании исходных данных проекта.

Постепенный рост поступлений от продаж связан с инфляционным ростом цены сбыта.

Таблица 17.

Отчет о прибылях и убытках (руб.)

Наименование	10-12.2010	2011 год	2012 год	2013 год	1-9.2014
Валовый объем продаж	305084,75	17781580,95	23466338,85	25175772,14	8551574,23
Чистый объем продаж	305084,75	17781580,95	23466338,85	25175772,14	8551574,23
Валовая прибыль	305084,75	17781580,95	23466338,85	25175772,14	8551574,23
Налог на имущество	12592,97	345407,22	286923,50	126780,15	10107,09
Административные издержки	165254,24	662082,48	698083,31	748936,01	592757,80
Производственные издержки	50847,46	355932,20	288644,07	967881,36	474576,27
Маркетинговые издержки	305084,75	1222306,12	1288769,18	1382651,10	1094322,10
Зарплата административного персонала	285300,00	2057915,19	2105692,47	2169272,34	1240643,13
Зарплата производственного персонала	120000,00	2344642,44	3041495,27	3263056,60	1714417,55
Зарплата маркетингового персонала	105000,00	420677,02	443551,39	475862,42	376629,19
Суммарные постоянные издержки	1031486,44	7063555,45	7866235,69	9007659,83	5493346,04
Амортизация	187333,46	5878702,46	7279243,11	7279243,11	2426414,37
Суммарные непроизводственные издержки	187333,46	5878702,46	7279243,11	7279243,11	2426414,37
Другие доходы		873600,00	1146600,00	1146600,00	12988241,66
Другие издержки	115208,18	2632823,29	3551047,62	3551047,62	1183682,54
Убытки предыдущих периодов		104153,63	104153,63	104153,63	78115,22
Прибыль до выплаты налога	-1041536,31	2734692,52	5629488,93	6357641,43	12426265,85
Прибыль от курсовой разницы				0,00	0,00
Налогооблагаемая прибыль		2647897,83	5525335,30	6253487,80	12348150,63
Налог на прибыль		529579,57	1105067,06	1250697,56	2469630,13
Чистая прибыль	-1041536,31	2205112,96	4524421,87	5106943,87	9956635,73

7.1.4. Прогнозный отчет о движении денежных средств

Отчет о движении денежных средств, он же кэш-фло (Cash-Flow), в отличие от отчета о прибылях и убытках, составленного на основе метода начисления, отражает фактическое движение денежных средств организации.

План денежных средств составляется с учетом времени задержки оплаты за реализованную продукцию или услуги, времени задержки платежей за поставки материалов и комплектующих изделий, условий реализации продукции (в кредит, с авансовым платежом), а также условий формирования производственных запасов.

В отличие от "Отчета о прибыли и убытках", "Отчет о движении денежных средств" содержит два дополнительных раздела - "кэш-фло от инвестиционной деятельности" и "кэш-фло от финансовой деятельности", из которых мы можем выяснить объемы и сроки инвестиций, форму финансирования предприятия.

Целью финансирования является обеспечение положительного остатка денежных средств во все периоды времени осуществления проекта.

Таким образом, "Отчет о движении денежных средств" является основным документом, предназначенным для определения потребности в капитале, выработки стратегии финансирования предприятия, а также для оценки эффективности его использования.

Таблица 18.

Кэш-фло (руб.)

Наименование	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	1-9.2014
Поступления от продаж	360000,00	20982265,52	27690279,84	29707411,12	10090857,59
Общие издержки	615000,00	2643578,55	2685085,94	3657372,80	2550754,28
Затраты на персонал	510300,00	4823234,65	5590739,14	5908191,36	3331689,87
Суммарные постоянные издержки	1125300,00	7466813,19	8275825,07	9565564,16	5882444,15
Другие поступления		873600,00	1146600,00	1146600,00	395850,00
Налоги		1825276,48	3238156,76	3340461,69	3145881,26
Кэш-фло от операционной деятельности	-765300,00	12563775,85	17322898,01	17947985,27	1458382,18
Затраты на приобретение активов	2100000,00	4700000,00			107608,34
Другие издержки подготовительного периода	100000,00				
Поступления от реализации активов					19500000,00
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	-2200000,00	-4700000,00			19392391,66
Собственный (акционерный) капитал	4294000,00	2306000,00			
Лизинговые платежи	111621,62	9647297,30	13011891,89	13011891,89	4337297,30
Выплаты дивидендов			5119198,66	5108169,35	
Кэш-фло от финансовой деятельности	4182378,38	-7341297,30	-18131090,56	-18120061,24	-4337297,30
Баланс наличности на начало периода		1217078,38	1739556,93	931364,38	759288,41
Баланс наличности на конец периода	1217078,38	1739556,93	931364,38	759288,41	17272764,96

7.1.5. Прогнозный баланс

Бухгалтерский баланс, он же отчет о финансовом положении, отражает структуру активов, обязательств и собственного капитала компании на определенную отчетную дату. Бухгалтерский баланс играет большую роль при оценке финансового состояния предприятия, его платежеспособности в краткосрочном и долгосрочном периоде. Представленный ниже прогнозный баланс сформирован на основании исходных данных проекта.

Таблица 19

Баланс (руб.)

Наименование	12.2010	12.2011	12.2012	2013 год	1-9.2014
Денежные средства	1217078,38	1739556,93	931364,38	759288,41	17272764,96
Краткосрочные предоплаченные расходы	58586,60				
Суммарные текущие активы	1275664,98	1739556,93	931364,38	759288,41	17272764,96
Основные средства	4745781,05	23050936,52	23050936,52	23050936,52	
Накопленная амортизация	187333,46	6066035,93	13345279,04	20624522,15	
Остаточная стоимость основных средств:	4558447,58	16984900,59	9705657,48	2426414,37	
Оборудование	4558447,58	16984900,59	9705657,48	2426414,37	
Инвестиции в основные фонды	2100000,00	6800000,00	6800000,00	6800000,00	
СУММАРНЫЙ АКТИВ	7934112,56	25524457,52	17437021,86	9985702,78	17272764,96
Отсроченные налоговые платежи		316928,91	300249,46	326135,27	148554,86
Краткосрочные займы	1410907,88	6852981,13	6852981,13	2491993,14	
Суммарные краткосрочные обязательства	1410907,88	7169910,04	7153230,59	2818128,41	148554,86
Долгосрочные займы	3270740,99	10590970,83	3114991,42		
Обыкновенные акции	4294000,00	6600000,00	6600000,00	6600000,00	6600000,00
Нераспределенная прибыль	-1041536,31	1163576,65	568799,85	567574,37	10524210,10
Суммарный собственный капитал	3252463,69	7763576,65	7168799,85	7167574,37	17124210,10
СУММАРНЫЙ ПАССИВ	7934112,56	25524457,52	17437021,86	9985702,78	17272764,96

8. Оценка эффективности проекта

В разделе приводятся расчетные показатели, характеризующие финансовую эффективность проекта – получение денежных потоков от понесенных в рамках проекта инвестиций. Широко распространен показатель PI, характеризующий доходность проекта. Он показывает сумму прибыли на единицу вложенных средств и должен быть больше 1. Широко используются так называемые дисконтированные показатели эффективности: дисконтированный период окупаемости, чистый приведенный доход, внутренняя норма рентабельности проекта. Дисконтирование означает приведение будущих денежных потоков по периодам реализации проекта, отражаемые в отчете о движении денежных средств, к текущему моменту. Одним из них является показатель NPV – чистый приведенный доход. Он позволяет учесть масштаб проекта, достаточно прост для расчета и представляет абсолютную величину дохода от реализации проекта с учетом ожидаемого изменения стоимости денег. NPV проекта быть как минимум неотрицательным. Вторым важнейшим показателем является IRR – внутренняя норма рентабельности. Она отражает норму прибыли на инвестированный капитал, показывая, какую максимальную рентабельность может обеспечить реализация этого проекта. С помощью нее вложения в проект сравниваются с альтернативными вложениями свободных денежных средств, в том числе с финансовыми вложениями, в том числе с различными проектами. При прочих равных условиях выбирается проект с максимальной величиной IRR. Значение IRR не зависит от ставки дисконтирования и показывает, какую предельную ставку дисконта может выдержать проект, прежде чем его NPV станет отрицательным. Полученные показатели свидетельствуют об экономической эффективности проекта. Помимо привлекательности проекта слишком высокое значение IRR может свидетельствовать о неучете значимых статей затрат, оптимистическим прогнозам относительно выручки проекта и небольшом, в сопоставлении с будущими денежными потоками от проекта, объеме осуществляемых в него инвестиций.

8.1.1. Показатели эффективности инвестиционного проекта

Оценка показателей эффективности проекта выполнена на основе денежных потоков от операционной и инвестиционной деятельности проекта. В расчетах учитывались расходы на обслуживание займов. Дисконтирование денежных потоков осуществлялось с шагом в один месяц.

Таблица 20.

Показатели эффективности инвестиционного проекта

Наименование показателя	Значение
Ставка дисконтирования, %	22,00
Период окупаемости - PВ, мес.	29
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	36
Средняя норма рентабельности - ARR, %	103,80
Чистый приведенный доход – NPV, тыс. руб.	9 223 890
Индекс прибыльности - PI	2,46
Модифицированная внутренняя норма рентабельности – MIRR	29

Период расчета интегральных показателей – 48 месяцев (4 года)

Ставка дисконтирования в рублях установлена в размере 22%.

Период окупаемости проекта анализируемого проекта составляет 29 месяцев. Можно констатировать достаточно нормальную окупаемость проекта.

Дисконтированный период окупаемости составляет 36 месяцев. Данная величина показывает значительное влияние временного фактора на стоимость проекта.

Значение показателя средняя норма рентабельности, равное 103,80 % можно считать хорошим.

Чистый приведенный доход за все время реализации проекта составил 9 223 890 руб., что свидетельствует о превышении дисконтированного чистого денежного потока проекта над инвестициями и говорит о целесообразности принятия решения о финансировании и реализации проекта.

Индекс прибыльности отображает относительную величину доходности проекта. Значение данного показателя составляет 2,46. Это означает, что на каждый инвестированный рубль проект приносит прибыль в размере 1 рубля 46 копеек. Таким образом, можно зафиксировать достаточно высокий индекс прибыльности.

Внутренняя модифицированная норма рентабельности проекта составляет 29%. Данная величина внутренней нормы рентабельности выше используемой ставки дисконтирования, что отображает привлекательность проекта в плане обеспечения возврата инвестиций. Это еще один положительный фактор в пользу принятия и успешного завершения данного проекта.

8.1.2. Анализ финансовых показателей

Анализ финансовых показателей проводится по нескольким группам показателей:

–Показатели ликвидности – используются для оценки краткосрочной платежеспособности компании. Они показывают, как компания может расплатиться по своим текущим обязательствам.

–Показатели оборачиваемости – используются для оценки эффективности операционной деятельности компании. Прежде всего, анализируются показатели оборачиваемости запасов, кредиторской и дебиторской задолженности.

–Показатели долга или структуры капитала предназначены для анализа соотношения собственных и заемных средств компании и оценки ее платежеспособности в долгосрочной перспективе.

–Показатели рентабельности – оценивают прибыльность компании; наибольшее значение здесь играют показатели рентабельности продаж по валовой, операционной и чистой прибыли. Последний показатель дает представление о том, сколько копеек чистой прибыли приходится на каждый рубль продаж.

–Показатели прибыли на акцию, соотношения цены акции и прибыли и т.п. используются инвесторами для оценки привлекательности вложения в акции компании.

Таблица 21.

Финансовые показатели (руб.)

Наименование	2010 год	2011 год	2012 год	2013 год	1-9.2014
Коэффициент текущей ликвидности (CR), %	230,10	8,62	48,40	51,08	1555,69
Чистый оборотный капитал (NWC), руб.	917794,76	-5244103,34	-3687131,15	-2705920,00	9509864,90
Коэфф. оборачиваем. запасов (ST)	1,33	-3,39	-6,36	-9,30	0,82
Коэфф. оборачиваем. дебиторской задолж. (CP)	0,33	0,82	1,18	2,00	3,14
Коэфф. оборачиваем. кредиторской задолж. (CPR)	0,23	0,81	1,01	1,64	0,61
Коэфф. оборачиваем. рабочего капитала (NCT)	44,26	73,96	58,74	40,36	5,17
Коэфф. оборачиваем. основных средств (FAT)	30,98	47,97	28,07	4,42	0,00
Коэфф. оборачиваем. активов (TAT)	44,61	49,07	32,97	5,41	0,00
Суммарные обязательства к активам (TD/TA), %	79,41	284,01	142,38	67,67	5,45
Долгоср. обязат. к активам (LTD/TA), %	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Долгоср. обязат. к внеоборотн. акт. (LTD/FA), %	-341,39	15,38	23,99	25,25	136,64
Суммарные обязательства к собств. кап. (TD/EQ), %	-341,39	12,40	19,28	20,29	107,76
Коэффициент покрытия процентов (TIE), раз	-256,65	446,00	130,80	180,78	82,33
Коэфф. рентабельности валовой прибыли (GPM), %	-112,91	10,22	22,80	40,65	338,05
Коэфф. рентабельности операц. прибыли (OPM), %	-78,42	9,99	19,42	33,19	66,21
Коэфф. рентабельности чистой прибыли (NPM), %	-140,68	38,35	47,06	55,65	69,81
Рентабельность оборотных активов (RCA), %	-242,56	334,11	685,52	773,78	1396,29
Рентабельность внеоборотных активов (RFA), %	-8,06	10,88	21,89	24,22	42,86
Рентабельность инвестиций (ROI), %			775,64	773,97	1482,29
Рентабельность собственного капитала (ROE), %			24,77	24,23	45,50
Прибыль на акцию (EPOS), руб.			0,88	1,00	0,94
Дивиденды на акцию (DPOS), руб.	61,39	125,97	84,37	47,37	30,69
Коэффициент покрытия дивидендов (ODC), раз	230,10	8,62	48,40	51,08	1555,69
Сумма активов на акцию (TAOS), руб.	230,10	8,62	48,40	51,08	1555,69

8.1.3. Распределение прибыли

Анализ проекта осуществлялся в предположении, что вся чистая прибыль, заработанная за отчетный период, увеличивает нераспределенную прибыль компании. Таким образом, выплата дивидендов не учитывалась в финансовой модели проекта. В то же время накопление нераспределенной прибыли приведет к необоснованному росту ликвидности компании и неэффективному использованию ее оборотных средств. Поэтому в действительности следует ожидать, что акционерами будет принято решение об изъятии части нераспределенной прибыли в форме выплаты дивидендов или же ее реинвестирования в развитие компании.

Акционерный капитал

Акционер	Дата	Сумма (руб.)	Сумма (\$ US)
Акционер 1	01.10.2010	4 500 000,00	
Акционер 2	01.10.2010	1 050 000,00	
Акционер 3	01.10.2010	500 000,00	
Акционер 4	01.10.2010	500 000,00	
Акционер 5	01.10.2010	50 000,00	

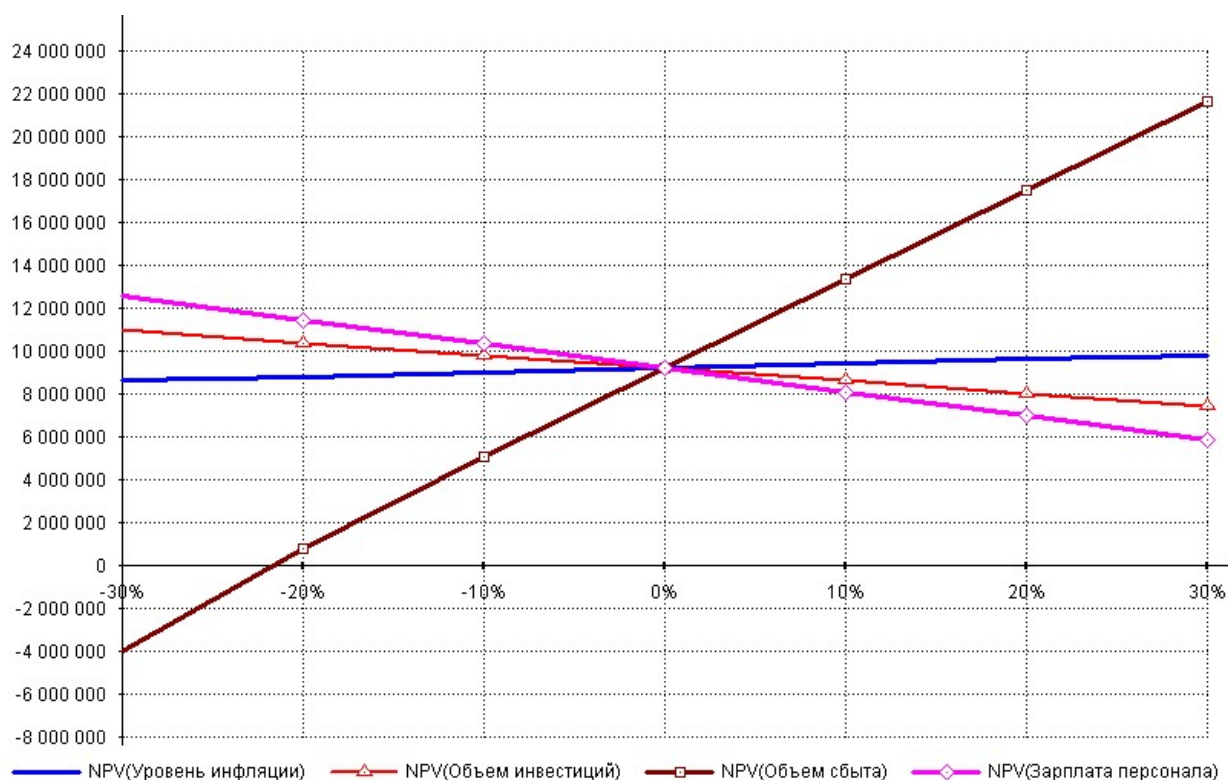
Распределение акций (%).

Дата	Акционер 1	Акционер 2	Акционер 3	Акционер 4	Акционер 5
10.2010	73,77	8,20	8,20	8,20	1,64
11.2010	70,04	9,53	9,53	9,53	1,36
12.2010	67,40	10,48	10,48	10,48	1,16
1.2011	67,48	10,49	10,49	10,49	1,05
2.2011	69,54	9,83	9,83	9,83	0,98
3.2011	71,35	9,24	9,24	9,24	0,92
4.2011	72,96	8,72	8,72	8,72	0,87
5.2011	74,38	8,26	8,26	8,26	0,83

8.1.4. Анализ чувствительности. График

Проект не особенно чувствителен к изменению объема сбыта, однако это достигается только при выходе на полную мощность, т. е. на плановую загрузку автомобилей.

Главным фактором, влияющим на чувствительность, является объем сбыта. Поэтому все действия компании направлены на поддержание качества предоставления услуги и удержание объемов сбыта в рамках запланированного.



9. Заключение

Приведенные финансовые расчеты проекта проката легковых автомобилей, анализ прогнозных денежных потоков и показателей эффективности проекта, оценка потребности в финансировании позволяют заключить, что проект интересен для инвестирования и выдерживает привлечение большей части финансирования в виде кредита по ставке 20% годовых.

Проект обеспечивает чистый приведенный доход (NPV) в 9,2 млн. рублей, при этом дисконтированный период окупаемости составляет 3 года. Внутренняя норма рентабельности превышает ставку дисконтирования и говорит о более высокой доходности инвестиций в него по сравнению с альтернативными вариантами вложений.

Проект чувствителен к объему сбыта, при этом выдерживает увеличение фонда оплаты труда и инвестиций до 30%. Рост загрузки автопарка и введение дополнительных услуг позволит увеличить сбыт и улучшить финансовые результаты проекта.

Для минимизации риска, связанного с возможным падением продаж, инициаторам стоит обратить внимание на активное продвижение услуги и создание программ лояльности для удержания постоянных клиентов. Проект может рассматриваться как привлекательный для инвестирования.