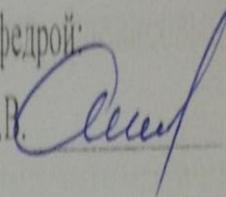


Министерство образования и науки РФ
Автономная некоммерческая организация высшего образования
Самарский университет государственного управления
«Международный институт рынка»
Факультет заочного обучения
Кафедра банковского дела
Основная образовательная программа высшего образования
Направление подготовки 38.03.01 «Экономика»
Профиль «Финансы и кредит»

ДОПУСКАЕТСЯ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой:

к.э.н. Ситнов В.В.



ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

«Разработка инвестиционного проекта»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

«Разработка инвестиционного проекта» »

Выполнил: _____

Королёв Егор Александрович,

группа ЗУФ-25

Научный руководитель: _____

к.э.н., доцент Павлович Виталий Евгеньевич

Самара

2017

Оглавление

Введение.....	3
1. Характеристика рынка.....	5
1.1. Характеристика объекта.....	5
1.2. Ситуация на Самарском рынке розничной торговли нефтепродуктами.....	7
1.3. Этапы реализации проекта.....	11
2. Оценка бизнес-процессов при разработке инвестиционных планов....	18
2.1. План маркетинга.....	18
2.2. Техничко-экономические данные оборудования, финансовый план, оценка риска.....	35
3. Концепция и базовые расчеты бизнес-плана проекта АЗС.....	38
Заключение.....	65
Список используемой литературы.....	67

Введение

Актуальность исследования. Число автотранспортных средств в России в последние годы стремительно растет. Так, по данным Росстата, общая численность всех типов автотранспортных средств в России на конец 2016 года составляла 51 355 386 штук, по сравнению с 2015 годом рост составил 1,69%.

Наибольший прирост демонстрирует сегмент легковых автомобилей – 2% в 2016 году по сравнению с 2015 годом. Общее число легковых автомобилей, зарегистрированных в РФ, составляет 44 253 108 единиц на конец 2016 года. За последние 10 лет обеспеченность населения автотранспортом в России выросла более чем в два раза.

Самая острая нехватка АЗС наблюдается в городах-миллионниках. Наибольшую автомобилизацию (число автомобилей на 1000 человек) в структуре Федеральных округов демонстрирует Приволжский ФО - 740,71 авто на 1000 человек. На втором месте Сибирский ФО – 678,19 авто на 1000 человек. Уральский ФО занимает 3 место – 394,69 автомобилей на 1000 человек.

Численность автотранспортных средств в г. Москве по данным Росстата в 2016 г. - 4,3 млн. ед., есть незначительное сокращение – 0,01% по сравнению с 2015 г.

По России в целом сегодня функционирует около 25444 АЗС. При этом только в Москве насчитывается 2188 автозаправочных станций. Их стратегия развития - техническое совершенствование и расширение функциональности.

В России за 2012–2016 годы розничные цены на моторные топлива — бензин и дизтопливо — выросли более чем на треть, что примерно соответствует общему инфляционному росту.

Оптовый и розничный рынки бензинов и дизтоплива в целом по России характеризуется высоким уровнем концентрации. Наибольшая концентрация отмечается в сфере производства на НПЗ – доля компаний «ТОП-4» («Роснефть», «Лукойл», «Газпром нефть», «Башнефть») составляет более

90% по бензинам, а в сфере дизельного топлива на компании «ТОП-3» («Роснефть», «Лукойл», «Газпром нефть») приходится более 70% рынка.

За 2012–2016 годы розничные цены на бензины АИ-92 и АИ-95 в среднем по стране выросли на 37% и 38% соответственно, а на дизельное топливо — на 44%, что является благоприятным макроэкономическим фоном для открытия или строительства собственной АЗС.

Целью исследования является разработка инвестиционного проекта по открытию АЗС.

Задачи исследования:

- выявить особенности АЗС как предприятий;
- проанализировать теоретические аспекты организации бизнеса;
- разработать концепцию АЗС по заданным условиям;
- провести расчеты для проверки жизнеспособности проекта.

Объектом исследования является проект по открытию АЗС.

Предметом исследования является комплекс методов по разработке инвестиционного проекта.

Методологической и теоретической основой для исследований послужили работы российских авторов в области экономики, бизнес – планирования, маркетинга и менеджмента, связанные с тематикой работы.

Информационную основу исследования составили осуществленные инвестиционные проекты на исследуемом предприятии, маркетинговые исследования, проводимые российскими консалтинговыми компаниями, работающими в сфере управленческого, инвестиционного и маркетингового консалтинга, маркетинговых и социологических исследований.

В качестве инструментов исследования были использованы сравнительный и системный анализ, качественное и количественное изучение реальности, экономико-статистические методы.

Структура работы включает в себя введение, три главы, заключение и список используемой литературы.

1. Характеристика рынка

1.1. Характеристика объекта

Автозаправочная станция (АЗС) предназначена для оказания услуг заправки автомобилей. То есть потребитель услуг это любой автовладелец, автолюбитель, служебный и общественный транспорт, а проще говоря, потребителями продукта являются все автовладельцы.

В планах организации АЗС предполагается поиск местоположения, строительство АЗС, найм работников. В строительство автозаправочной станции и комплекса по оказанию дополнительных услуг автовладельцам обычно входят:

- магазин автозапчастей;
- магазин масел и горюче-смазочных материалов;
- мойка автомашин;
- пункт шиномонтажа;
- магазин, реализующий продукты питания.

В качестве источников финансирования проекта можно использовать собственные и привлеченные средства¹.

Строящиеся здания должны быть снабжены современными системами инженерного обеспечения: приточно-вытяжной вентиляцией с механическим побуждением, электроснабжением, системой автоматизации инженерного оборудования, противопожарной сигнализацией, водяной системой отопления, кондиционированием.

Необходимо изыскивать такие возможности, основываясь на уровне спроса и предложения, и тенденций их изменения, компания должна планировать ежедневно, продавать от 8 тонн нефтепродуктов.

Нормальное распределение прибыли в компании АЗС в день представлена на рисунке 1.1.

¹ Басовский, Л.Е. Экономическая оценка инвестиций: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 69 с.



Рисунок 1.1 - Расчет прибыли в день.

Высокая стоимость строительства АЗС объясняется тем, что в России существуют довольно жесткие строительные нормы, а отсюда и необходимость согласовывать документы на строительство в различных инстанциях².

Вот по этой-то причине в России пока невозможны мини-АЗС, как это принято во многих государствах Запада. А ведь маленькая бензиновая емкость и всего одна колонка на тротуаре способна приносить огромные доходы. Российские «СНиПы» и правила не позволяют вести дело подобным образом.

Поэтому внутри бульварного кольца в Москве нет ни одной АЗС, потому как близко дома. А норма — не менее 30 м. Учитывая близость автолюбителей, такая торговля была бы чрезвычайно выгодна. Любой начинающий продавец бензина, выбирая потенциальное место для своей АЗС, должен держать в голове эту цифру.

Естественно, без специального оборудования не обойтись. Самый дешевый минимальный комплект из 2-х колонок и компьютера стоит от 40

² Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 336 с.

000 долл. Но две колонки — это слишком маленькая заправка, хотя они и в состоянии разливать сразу несколько видов топлива. Обычно для успешного ведения бизнеса колонок на заправке должно быть не менее четырех.

Также необходимо организовать подъездные пути, здание для оператора, емкости для бензина, это главный минимум, если проект планируется без магазина, мойки и автомастерской.

Также необходимо получить все разрешения, оформить землю и произвести сопутствующие расходы. Двери и окна непременно следует сделать бронированными, а кассира с его оборудованием не должно быть видно. Плюс ко всему, кассир ни при каких обстоятельствах не имеет права в рабочее время открывать дверь и выходить на улицу. На каждой АЗС обязательно есть тревожная кнопка. По договору милицейская бригада срочно прибудет на АЗС, если что-то случится. Договор стоит недорого: на трассе — от 1800 руб. в месяц, в городе — от 8500 руб. в месяц. Если имеется магазин, то должна быть собственная военизированная охрана. Зарплаты охранников могут сильно различаться — от 5500 руб. до 3000 долл.

Также необходимо нанять операторов и другой персонал для обслуживания АЗС.

На сегодняшний день функционирует множество мелких компаний, которые занимаются реализацией ГСМ, открывают АЗС, большинство из них не чувствует конкуренции, так как рынок этот еще очень свободен³. Этот бизнес долго окупается и требует большой объем инвестиций, поэтому бизнес-план для такого предприятия должен быть обязательно, как подробное руководство, со всеми расчетами, сроками, рисками.

Соответственно, оборудование окупится за год, в следующих периодах все затраты будут составлять остальные начальные затраты.

1.2. Ситуация на Самарском рынке розничной торговли нефтепродуктами

³ Блау, С.Л. Инвестиционный анализ: Учебник для бакалавров / С.Л. Блау. - М.: Дашков и К, 2014. - 101 с.

В Самарской области насчитывается 641 АЗС (июнь 2017), количество их владельцев - 311. В среднем в нашей области на каждого собственника приходится примерно две заправки. Эти показатели позволяют говорить о том, что на областном рынке автомобильного топлива сложилась достаточная конкуренция. И в этом смысле у антимонопольной службы не возникает никаких вопросов. Среди основных игроков:

- Роснефть – 78 АЗС;
- Лукойл – 57 АЗС;
- Башнефть – 30 АЗС;
- Татнефть – 26 АЗС;
- ВИС-сервис – 17 АЗС;
- Татнефтепродукта – 12 АЗС;
- ТНК – 11 АЗС.

В Самаре 132 АЗС, в Тольятти – 138 и в Сызрани 20 АЗС (рисунок 1.2).

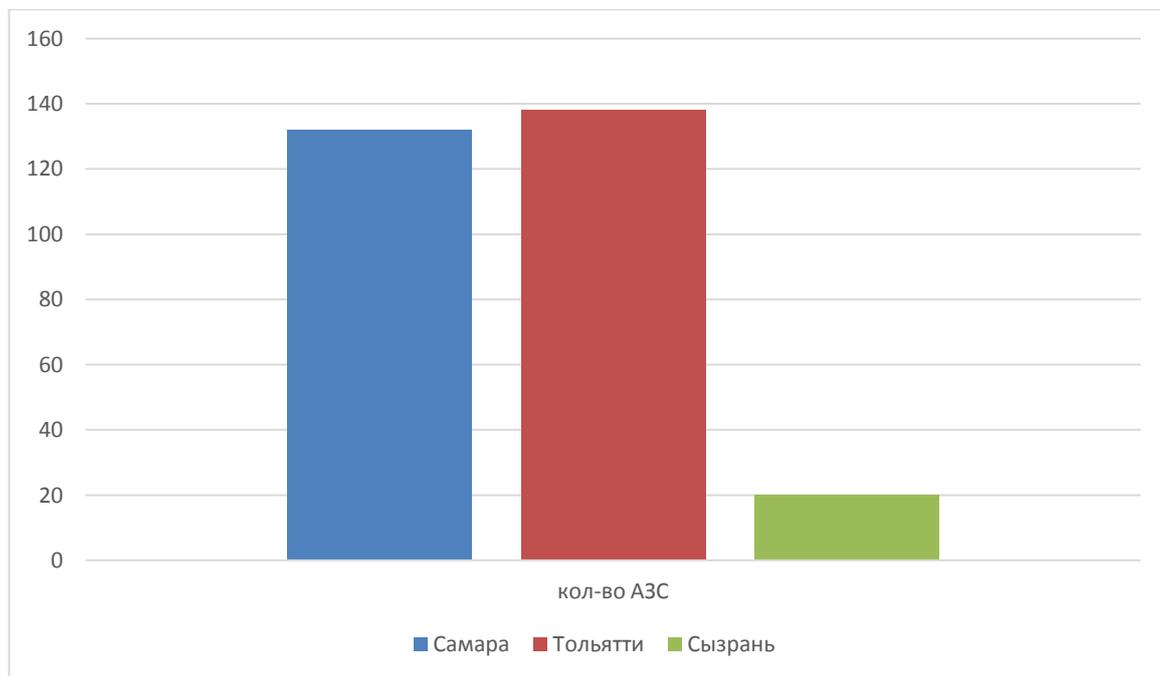


Рисунок 1.2 - АЗС в Самарской области в июне 2017 года.

Другое дело такой показатель, как соотношение количества заправок и числа обслуживаемых ими автомобилей. Здесь можно говорить о существенной проблеме, которая возникла в Самаре и Новокуйбышевске. В среднем по области на 10 тыс. зарегистрированных транспортных средств приходится 6,1 АЗС, а на 10 тыс. легковых автомобилей - 7,8 заправочных станций. В Самаре же эти показатели значительно ниже. На 10 тыс. автомобилей всех типов приходится только 2,8 АЗС и 3,4 - на 10 тыс. легковых. Аналогичная ситуация и в Новокуйбышевске. Там эти показатели - 2,8 и 3,5 АЗС соответственно. Так что в этих городах этот показатель в 2 раза ниже, чем в среднем по области. Если же мы посмотрим, как обстоят дела в Тольятти, то увидим более оптимистичную картину: 6,2 АЭС - на 10 тыс. всех автомобилей и 7,6 - на 10 тыс. легковых. Даже в Чапаевске (всего 11 АЗС), который часто называют проблемным городом, ситуация с обеспеченностью заправками значительно лучше - 4,5 и 6,1. Не менее любопытен такой показатель, как соотношение количества автомобилей и заправляющих пистолетов, поскольку подсчет одних лишь АЗС не может дать исчерпывающей картины обеспеченности города топливом. В среднем по области на 1 тыс. автомобилей приходится 33 пистолета и 4,1 - на легковые. В Самаре же на 1 тыс. автомобилей приходится лишь 2,3 пистолета, и 2,5 обслуживают легковушки. В Новокуйбышевске этот показатель в обоих случаях равен 2,6. Конечно, в крупных городах, особенно там, где есть обводные дороги, на каждый заправочный пистолет приходится большее количество транспорта, ведь в этом случае заправщикам приходится обслуживать еще и транзит. Но в Тольятти количество заправочных пистолетов на 1 тыс. составляет 4,5 и 4,8, а в Сызрани 4,2 и 5,5.

Вывод из всего этого можно сделать однозначный - в Самаре и Новокуйбышевске заправляться проблематично. В этих городах наблюдается некоторый дефицит этого вида услуг. Наиболее проблемными в этом отношении являются центральные районы Самары, кроме Хлебной площади (3АЗС), а также районы вдоль Московского шоссе. Необходимо привлекать

хозяйствующих субъектов к тому, чтобы те строили дополнительные АЗС, в том числе и ААЗС, для чего выставлять на торги дополнительные площадки.

Существует зависимость между количеством заправок и ростом цен на бензин (таблица 1.1).

Таблица 1.1 - Цены на бензин в Самарской области за последние две недели (20.06.2017 г.).

Дата	92	92+	95	Место
20.06.17	36.70	37.20	39.70	Роснефть – г. Чапаевск
20.06.17	36.70		39.70	Роснефть – с. Кинель- Черкассы
20.06.17	36.70	37.20	39.70	Роснефть – г. Новокуйбышевск
20.06.17	36.70	37.20	39.70	Роснефть – г. Самара
20.06.17	36.70		39.70	Роснефть – г. Отрадный

Однако нужно помнить следующее. Если спрос значительно превышает предложение, то цены диктует продавец, что способствует повышению цен⁴. Когда предложение уравновешено со спросом, то цену диктует потребитель и тогда они имеют тенденцию к снижению. Однако, если бесконечно увеличивать количество АЗС, то у их собственников возрастут затраты на их содержание, а это в свою очередь снова приведет к повышению темпов роста цен. Определить же раз и навсегда то количество АЗС, которое городу необходимо, нельзя. Есть объективные факторы - сезонные увеличения выездов в том числе. Поэтому можно говорить лишь о

⁴ Блау, С.Л. Инвестиционный анализ: Учебник для бакалавров / С.Л. Блау. - М.: Дашков и К, 2016. - 48 с.

приблизительном количестве АЗС, необходимых городу. Сегодня оптимальным соотношением для Самары станет примерно 4 АЗС на 10 тыс. автомобилей, т.е. АЗС в областном центре, по нашему мнению, должно быть в 1,5 раза больше, чем сейчас. Во столько же должно увеличиться и количество пистолетов.

1.3. Этапы реализации проекта

Начало реализации проекта начинается после получения кредита.

Окончание через 24 месяца.

Необходимые для реализации проекта мероприятия описаны в таблице

1.2

Таблица 1.2. Этапы проекта

Этапы проекта	Условия выполнения	Сроки выполнения
Начало проекта		01/2 год
Заключение инвестиционного договора	1 месяц проекта	1-30 банковских дней
Получение кредита	Наличие соответствующего пакета документов	01 месяц
Внесение в госреестор, постановка на учет в административных и налоговых органах	Заключение инвестиционного договора	1-30 календарных дней
Подбор местоположения и оформление документации	Предварительные работы	01 месяц
Строительство АЗС комплекса	Заключение инвестиционного договора	03 месяца

Этапы проекта	Условия выполнения	Сроки выполнения
Покупка оборудования	Заключение инвестиционного договора	1-30 календарных дней
Установка оборудования	Получение инвестиционных средств	1-30 календарных дней
Покупка бензина и дизельного топлива	Получение инвестиционных средств	1-30 календарных дней
Найм персонала	Производственная деятельность	1-30 календарных дней
Обучение персонала	Окончание этапа организации производственного процесса	1-30 календарных дней
Проведение маркетинговой компании	360 календарных дней	1-360 календарных дней
Окончание проекта		12 месяцев – 24 месяца

Прежде всего, образуется фирма, в уставе которой основным видом деятельности обозначена розничная продажа моторного топлива. Процедура стандартная: регистрация фирмы в налоговой инспекции, определение формы собственности - ООО, ЗАО или даже индивидуальное

предпринимательство⁵. После образования юридического лица собственно и начинается первый, и главный, этап всего мероприятия - выбор района, где предприниматель хочет работать, и "выводить" свои АЗС. Для этого ему нужно познакомиться с главой администрации района и его заместителем, потому что все постановления муниципальных властей идут от них, и рассказать о своих планах. Следующим шагом будет плотная работа с человеком, который отвечает за устройство земель в районе - землеустроителем. Он помогает предпринимателю подыскать наиболее удобную площадку для строительства АЗС. У каждого землеустроителя есть карта района, где обозначено, какая земля кому принадлежит⁶.

Предписания архитекторов. С постановлением об утверждении акта выбора площадок предприниматель должен обратиться в межведомственную комиссию (МВК). Комиссия собирается раз в полгода, в декабре и в мае. В Комитет тоже пишется заявление о рассмотрении возможности предоставить в распоряжение конкретный участок. К этому заявлению прилагается уже согласованный акт выбора площадок, подготовленная схема федерального плана, где примерно обозначены въезд и выезд с АЗС, расположение топливо-раздаточных колонок, топливного парка и другие существенные детали. Кроме того, представляются уставные документы фирмы - свидетельство о регистрации, банковские гарантии, или гарантии экономической возможности предпринимателя построить АЗС, чтобы участок после отвода не оказался пустующим или не было долгостроя. В МВК принимают участие представители Комитета по архитектуре и градостроительству Самарской области, представители АВТОДОРа и представитель девятого отдела ГИБДД - дорожный надзор. Как правило, на МВК предприниматель выходит уже с той фирмой, которая будет

⁵ Борисова, О.В. Инвестиции. В 2 т. Т.1. Инвестиционный анализ: Учебник и практикум / О.В. Борисова, Н.И. Малых, Л.В. Овешникова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 189 с.

⁶ Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. - 2-е изд., испр. и доп. - Омега-Л, 2012. - 111 с.

проектировать АЗС - с архитектурным или с проектным бюро. После того как МВК дает положительное заключение, предприниматель возвращается с ним в районную администрацию и получает там постановление об утверждении акта выбора площадок и о передаче земельного участка в аренду под проектно-изыскательные работы.

Получение технических условий. Постановление позволяет предпринимателю заключить с Комитетом управления муниципального имущества (КУМИ) договор аренды земельного участка сроком на год. Оплата земельного налога за участок составляет 0,3% ставки до 1 января 2006 года⁷. После получения постановления на проектно-изыскательные работы и после получения земли в аренду, предпринимателю необходимо собрать технические условия от тех ведомств, с которыми он согласовывал акт. В первую очередь, от АВТОДОРА. Поскольку дорога находится в их ведомстве, с ними заключается договор на технико-инженерное сопровождение проекта, а также на выдачу технических условий. Далее, в зависимости от участка, техническое условие необходимо получить от электро- и водо-снабжающей организации, потому что к АЗС подводятся электричество и вода. Установочные данные выдает Управление по гражданской обороне, чрезвычайным ситуациям и пожарной безопасности Самарской области (ГО и ЧС). Они отмечают, находится ли земельный участок в зоне повышенного риска, пониженного риска, затопления и т.д.

Проектирование. Копии всех технических условий предприниматель передает проектировщикам. А копии постановления о проектно-изыскательных работах и санитарно-экологическое заключение он направляет в Комитет по архитектуре и градостроительству с просьбой выдать архитектурно-планировочное задание (АПЗ), которое объединяет все технические условия, нормы, требования и правила. На основе этого АПЗ проектировщики начинают свою работу. Совместно с проектировщиками

⁷ Шапкин, А.С. Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. - М.: Дашков и К, 2016. - 423 с.

предприниматель составляет задание на проектирование, в котором все прописывается детально. Составляется генеральный план, в котором обозначены все составляющие части АЗС, который после утверждения уже не меняется. Все изменения могут быть связаны только с дополнительной доработкой. Проектировщики могут спроектировать полностью новую АЗС, но, как правило, они делают стандартные конструкции. Например, известный институт "Гипровостокнефть" имеет большое количество стандартных проектов, как самих зданий, так и навесных групп топливного парка. Для предпринимателя работа с таким заводом удобна с той точки зрения, что в проект входят и пожарно-охранные, экологические и санитарные мероприятия, что избавляет его от самостоятельного сбора необходимой документации⁸.

Проведение экспертиз. Земельный участок выделен, генеральный план утвержден, земли переведены. Теперь необходимо пройти экспертизу. Ростехнадзор проводит экологическую экспертизу, ГИБДД проводит экспертизу в соответствии с правилами дорожного движения и требованиями безопасности дорожного движения, АВТОДОР проверяет, чтобы АЗС не мешала движению автотранспорта при выезде. Причем проектировщики в своей работе основываются на строительных нормах и правилах (СНИПах). Так, если на АЗС возможен заезд автопоездов, грузовиков с полуприцепами, то радиус поворота должен быть не меньше 30 метров, и проектировщики это должны учитывать.

Второй этап. Строительство. После утверждения и согласования проекта во всех инстанциях предприниматель возвращается в район, где ему необходимо получить постановление на строительство. Тут начинается второй большой этап работы. Строительство АЗС начинается с создания полос торможения и разгона, для того, чтобы грузовики подвозящие материалы и оборудование, в целях безопасности дорожного движения,

⁸ Шапкин, А.С. Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. - М.: Дашков и К, 2014. - 458 с.

съезжали не с основной трассы, а с дополнительной. Кроме того, в начале строительства к участку подводится электричество и вода. Теперь можно закладывать фундамент. И уже потом везти наполовину собранную на заводе АЗС, которая за 25 суток собирается как детский конструктор. Само строительство при хорошем раскладе может занять 2 месяца, при не очень хорошем - 3 месяца. А вот этап, предшествующий строительству занимает в лучшем случае - год.

Получение лицензий. Пока автозаправочная станция строится, предприниматель может заняться получением лицензий. Лицензии на продажу моторного топлива не существует, но есть лицензия на хранение взрывоопасных веществ, которую выдает Министерство по чрезвычайным ситуациям, и лицензия на хранение горюче-смазочных материалов, которую выдает Министерство по энергетике⁹. К моменту начала розничной торговли нефтепродуктами эти две лицензии должны быть получены.

Заключительный этап. После окончания строительства АЗС должна принять государственная комиссия, в которую входят представители Комитета архитектуры и градостроительства, представители местной администрации, представители пожарной охраны, ГОиЧС, представитель Министерства транспорта и дорожного строительства, и все, кто участвовал в согласовании документов. По неписанным правилам, с первого раза комиссия не принимает объект. Но это зависит от обстоятельств. После принятия комиссией объекта и при наличии лицензий АЗС можно открывать и запускать в эксплуатацию. Самое главное для предпринимателя, который намерен торговать моторным топливом и бензином - определиться с поставщиком. Есть два варианта. Можно торговать от своего имени, покупая бензин у разных поставщиков, или у одной большой компании, а можно торговать от имени крупной сетевой компании. Большим топливным компаниям мелкие операторы конкуренции не составляют, а расширить свое

⁹ Шапкин, А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. - М.: Дашков и К, 2013. - 367 с.

присутствие на рынке, иногда за счет другого оператора, может быть даже выгодно.

Работа с поставщиками продукции для строительства АЗС. Последние шесть лет на бурно развивающемся рынке строительства автозаправочных станций наметились две тенденции в выборе застройщиком поставщиков. Одни компании предпочитают закупать оборудование, материалы и конструкции у разных поставщиков, руководствуясь принципом экономии. Другие же приобретают все оборудование, а также зачастую и рабочий проект из одних рук — у предприятий, предлагающих комплексное решение.

Таким образом, включение полного технического проекта, предоставляемого в минимальные сроки в составе комплексной поставки продукции, становится одним из основных конкурентных преимуществ. Застройщик может реализовать свой план строительства сети АЗС и ясно представить срок возврата инвестиций.

2. Оценка бизнес-процессов при разработке инвестиционных планов

2.1. План маркетинга

Прежде чем начать рассматривать конкурентную среду рассмотрим текущее состояние потребительского рынка. В настоящее время вновь нарастающие тенденции международного кризиса диктуют свои условия жизнедеятельности, как граждан и предприятий, так и экономики государства в целом.

Кризисные явления в экономике 2013-2014 гг. оказали негативное влияние на структуру мирового рынка. Однако, начиная с 2015 года, рынок розничных продаж продуктов, как другие рынки, стали демонстрировать постепенный возврат на докризисный уровень. Деятельность предприятий, которые изжили себя по экономическим и моральным признакам, прекратилась¹⁰.

Более прозрачными стали многие схемы ведения бизнеса. Схемы товарообмена упростились, так же как и процедуры зачисления денежных средств на счета, как предприятий, так и граждан. Потребители стали избирательными в своих расходах, мотивируя это ограничениями в денежных средствах.

Период 2014-16 гг. охарактеризован ростом отрасли. Однако первый квартал 2014 года охарактеризован некоторым застоём развития, связанным с политическим кризисом в Украине и кардинальным пересмотром межгосударственных торговых взаимоотношений. В ближайшие годы спрос на услуги АЗС в России будет только расти.

В настоящее время существует мнение, что бензиновый бизнес криминален. Однако уровень его криминализации не выше, чем по всей стране. Органы местной власти не заинтересованы в гибели предприятия, приносящего львиную долю дохода в казну бюджетов. Однако они заставляют владельцев соблюдать максимальные меры предосторожности.

¹⁰ СклЯрова Ю.М. //Инвестиции: учебник - Высшее образование, 2015 г., стр. 234

Современная АЗС обязана напоминать банковское учреждение, а не обычный минимаркет. По данным МЧС на конец 2015 года, в РФ действовали более 23 тыс.

АЗС, из них вертикально интегрированные компании (ВИНК) контролируют почти 8 тыс. автозаправок.

По оценке Российского топливного союза (РТС), на долю ВИНК в реализации бензинов через АЗС приходится 60%, на долю независимых – 40%. Независимые операторы и ВИНК делят рынок примерно пополам в продажах дизтоплива через автозаправки, подсчитал РТС.

Оптовые цены на бензин в России, рухнувшие в начале этого года вслед за мировыми котировками, при почти стабильной цене топлива на АЗС обеспечили розничный бизнес нефтяных компаний и частные сети заправок небывалой доходностью.

Однако Минфин, изыскивавший способ компенсировать потери бюджета из-за падения мировых цен на нефть помноженного на снижение экспортных пошлин, решил, что с ним должны поделиться, и правительство утвердило внеочередное повышение акцизов с 1 апреля 2016 года помимо планового январского. В итоге акциз в сумме вырос на 4 руб./л к прошлому году¹¹.

Лишенные части маржи из-за повышения налога, операторы розничного рынка также теряли доход в связи с падением потребления, с которым сталкиваются с начала 2015 года. Для поддержания объема розничных продаж нефтяные компании были вынуждены устраивать распродажи путем предоставления скидок в рамках непрерывно проводимых акций.

Желание выполнить план, заманив клиента, в итоге привело к обострению конкурентной борьбы и к еще большему снижению прибыли. Крупнейшие игроки видят единственную для себя возможность дальнейшего

¹¹ Кузнецов, Б.Т. Инвестиционный анализ: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Б.Т. Кузнецов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 304 с.

сохранения эффективности розницы в привлечении клиентов не ценовыми дисконтами, а качеством и разнообразием сервиса.

А высокого качества можно достичь, только если у компании вертикально интегрированная структура. То есть все: и НПЗ, и нефтебаза, и АЗС. Возить бензин непосредственно с НПЗ бывает невыгодно, так как он может находиться весьма далеко от АЗС. Тогда не исключены перебои с поставками. Мало ли что произойдет в пути, и бензовоз не прибудет в срок. В это время бензин на АЗС закончится. Придется обращаться к ближайшим нефтебазам, что не гарантирует качества. Обычно компании завозят на нефтебазу примерно 100 т топлива и отдают его на хранение. А потом по мере необходимости забирают то же количество.

Как правило, назад они получают уже не свой бензин: либо привезенный другой компанией, либо и вовсе перемешанный. Ведь и остальные предприятия могут сдавать на хранение бензин своего производства. И никто не даст гарантии, что их продукция такого же хорошего уровня. В результате качество полученного товара может упасть.

До сих пор практически все основные продавцы довольствуются обобществленным бензином за отсутствием альтернативы. Именно по вышеописанной причине сотрудникам заправок приходится обзаводиться так называемыми пробниками: маленькими бутылочками, которые опечатываются сразу после доставки бензина на АЗС.

Даже водитель ставит на них подпись, что сдал бензин нормального качества под личную ответственность. Это потребуется в случае судебных разбирательств, если придется предъявить претензии к нефтебазе¹².

В настоящее время 90% бензина на рынке — это низкооктановый А-80. Для нормальной машины он не подходит. Поэтому с помощью специальных присадок его доводят до уровня 92-го или 95-го. Но это не означает, что бензин становится отличным. Надо помнить, что качество всегда привлекает

¹² Касьяненко, Т.Г. Экономическая оценка инвестиций: Учебник и практикум / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 500 с.

покупателей, которые готовы подождать день-два, чтобы получить хорошее горючее.

Серьезно обострившаяся конкуренция в розничном бизнесе заставляет заправщиков задействовать все возможные еще неисчерпанные ресурсы, чтобы удержать свою долю рынка, изыскивать новые пути к сердцу клиента в борьбе за его кошелек.

Самым простым и быстрым способом привлечения клиентов на свои АЗС для поддержания продаж нефтяные компании посчитали скидки, что дало возможность автовладельцам немного сэкономить на топливе.

В борьбе за потребителя и стремлении нарастить реализацию нефтяники запустили программы скидок, ожесточенно конкурируя в предоставлении льгот и подчас обвиняя друг друга в необоснованном демпинге¹³.

Данные Росстата об обороте розничной торговли в марте 2017г. Составил 2352,7 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 99,6% к соответствующему периоду предыдущего года, в I квартале 2017г. - 6735,4 млрд. рублей, или 98,2%. Данные Росстата о динамике оборота розничной торговли представлены в Таблице 2.1.

	Млрд. рублей	В % к соответствующему периоду предыдущего года	В % к предыдущему периоду
2016 г.			
Январь	2129,5	93,8	72,9
Февраль	2119,0	96,3	98,8
Март	2247,8	95,0	105,4
I квартал	6496,3	95,0	82,8
Апрель	2222,6	95,7	98,3

¹³ Касьяненко, Т.Г. Экономическая оценка инвестиций: Учебник и практикум / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 501 с.

Продолжение табл. 2.1

	Млрд. рублей	В % к соответствующему периоду предыдущего года	В % к предыдущему периоду
Май	2258,1	94,7	101,1
Июнь	2283,3	95,0	100,7
II квартал	6764,0	95,1	102,4
I полугодие	13260,3	95,1	
Июль	2381,2	95,7	104,0
Август	2458,4	95,8	103,2
Сентябрь	2418,5	96,9	98,1
III квартал	7258,1	96,1	106,4
Январь-сентябрь	20518,4	95,5	
Октябрь	2443,8	95,7	100,3
Ноябрь	2435,5	95,8	99,1
Декабрь	2919,6	94,8	119,3
IV квартал	7798,9	95,4	105,8
Год	28317,3	95,4	
2017 г.			
Январь	2207,5	97,7	75,1
Февраль	2175,2	97,2	98,3
Март	2352,7	99,6	107,9
I квартал	6735,4	98,2	82,8

Таблица 2.1 - Динамика оборота розничной торговли за 2016 – 2017 гг.

В марте 2017г. оборот розничной торговли на 93,8% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила 6,2% (в марте 2016г. - 93,0% и 7,0% соответственно). Данные Росстата об обороте розничной торговли торгующих организаций и

продаже товаров на розничных рынках и ярмарках представлены в Таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Оборот розничной торговли торгующих организаций и продажа товаров на розничных рынках и ярмарках

	Март 2017 г. млрд. рублей	В % к		I квартал 2017 г. в % к I кварталу 2016 г.	Справочно		
		Марту 2016 г.	Февра лю 2017 г.		Март 2016 г. в %		I квартал 2016 г. в % к I кварталу 2015 г.
					к	к	
Всего	2352,7	99,6	107,9	98,2	95,0	105,4	95,0
В том числе: оборот розничн ой торговл и торгую щих организа ций	2207,0	100,4	108,3	98,9	95,0	105,4	95,0

Продаж а товаров на розничн ых рынках и ярмарка х	145,7	88,0	102,4	88,6	82,8	103,3	82,4
--	-------	------	-------	------	------	-------	------

В 2016г., как и в 2015г., практически весь (99,2%) оборот розничной торговли формировался в негосударственном секторе.

	2016 г.		Справочно 2015 г.	
	Млрд. рублей	В % к итогу	Млрд. рублей	В % к итогу
Оборот розничной торговли	28317,3	100	27526,8	100
В том числе по формам собственности: государственная и муниципальная	233,9	0,8	227,3	0,8
Частная	24228,4	85,6	23707,7	86,1
Другие	3855,0	13,6	3591,8	13,1

Таблица 2.3 - Распределение оборота розничной торговли по формам собственности в фактически действовавших ценах

В марте 2017г. в структуре оборота розничной торговли удельный вес пищевых продуктов, напитков и табачных изделий составил 48,6%, непродовольственных товаров - 51,4% (в марте 2016г. - 49,2% и 50,8% соответственно).

Данные Росстата о товарных запасах в организациях розничной торговли на конец месяца представлены в Таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Товарные запасы в организациях розничной торговли на конец месяца

	Товарные запасы, млрд. рублей	Уровень запасов, в днях торговли
2016 г.		
Январь	1139,5	38
Февраль	1156,1	39
Март	1183,3	37
Апрель	1181,8	38
Май	1169,6	38
Июнь	1175,9	38
Июль	1176,6	37
Август	1196,6	37
Сентябрь	1237,3	38
Октябрь	1293,2	38
Ноябрь	1331,1	40
Декабрь	1395,4	33
2017 г.		
Январь	1286,3	38
Февраль	1296,2	37
Март	1371,5	37

Данные Росстата об изменении продажи и запасов основных продуктов питания и непродовольственных товаров в организациях розничной

торговли, не относящихся к субъектам малого предпринимательства в сопоставимых ценах представлены в Таблице 2.5.

Таблица 2.5 - Изменение продажи и запасов основных продуктов питания и непродовольственных товаров в организациях розничной торговли, не относящихся к субъектам малого предпринимательства в сопоставимых ценах

	Продано в марте 2017 г. в % к февралю 2017 г.	Запасы на 1 апреля 2017 г. в % к запасам на 1 марта 2017 г.	Обеспеченность запасами, в днях торговли	
			На 1 апреля 2017 г.	Справочно на 1 марта 2017 г.
Бензины автомобильные*	110,4	126,8	9	8
Газовое моторное топливо*	119,8	105,2	5	6
<ul style="list-style-type: none"> С учетом данных по организациям других видов деятельности, осуществляющим розничную торговлю. 				

Данные Росстата об ассортиментной структуре продажи отдельных непродовольственных ТОВАРОВ в % к обороту продажи товара данной группы представлены в Таблице 2.6.

Таблица 2.6 - Ассортиментная структура продажи отдельных непродовольственных товаров в % к обороту продажи товара данной группы, в фактически действовавших ценах

	2016 г.	Справочно 2015 г.
Непродовольственные товары		
Моторное топливо	100	100
Из него: дизельное топливо	25,9	25,4

Продолжение табл. 2.6

бензины автомобильные	71,8	72,3
газовое моторное топливо	1,5	1,3
Бензины автомобильные	100	100
Из них Марки АИ-92 (АИ-93 и т.п.)	59,4	58,6
Марки АИ-95 и выше	40,1	40,7

Несмотря на то, что рынок АЗС можно назвать сформированным, на нем до сих пор происходит высокая активность, одни игроки сменяют других, в города приходят федеральные сети.

В настоящее время главное — это качество. Компании идут на неординарные решения. Например, ЛУКОЙЛ подкрашивает свой бензин, чтобы автовладельцы знали: данное топливо поступило непосредственно с фирменной лукойловской нефтебазы, и заправленный им автомобиль неожиданно не остановится.

Главная проблема для АЗС — кадры. Особенно если станция находится вдали от крупного населенного пункта. Квалифицированный персонал найти трудно. Работник АЗС должен, как минимум, владеть навыком работы на персональном компьютере¹⁴.

Однако зачастую люди, которые себя предлагают, не имеют элементарных навыков. По правилам каждый работник АЗС должен иметь

¹⁴ Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 131 с.

специальный сертификат, подтверждающий его профессиональную подготовку.

Поэтому надо либо перекупать специалистов, либо учить. Впрочем, налажена целая система обучения. В рамках нефтеинспекции существуют обязательные курсы. Если участник рынка захотел торговать бензином — то необходимо отправить своих сотрудников на обучение. Стоимость таких курсов — около 2000 руб. за человека и окончить их должны все: и водители, и кассиры, и заправщики. Затем нефтеинспекция сертифицирует работников.

Качество работы АЗС контролирует масса проверяющих организаций. И к этому нужно быть всегда готовым. Например, представители нефтеинспекции часто абсолютно неожиданно посещают АЗС.

Однако помимо них есть и другие проверяющие: торгинспекция, налоговая служба, пожарники, которых бояться не стоит. Соблюдение правил противопожарной безопасности выгодно в первую очередь хозяину АЗС, поскольку бизнес связан с риском и вести его лучше со страховкой.

Что же касается налоговиков, то, как показывает опыт, бежать от налогов на АЗС не выгодно. Лучше торговать по совести и подольше удержаться на этом рынке, ведь прибыль итак вполне достаточная.

Если говорить о провинции, то обычно АЗС продает в среднем 3–5 куб. м бензина в день. Однако если четко заботиться о качестве своего товара, то можно эти показатели увеличить. На сегодняшний день, когда о дефиците бензина говорить не приходится, в сражение за покупателя вступает именно качество.

В этом бизнесе есть хоть и мелкие, но довольно дорогие хитрости. И об этом хозяину заправки надо постоянно помнить. Так, известно, что бензин от высокой температуры сильно увеличивается в объеме. На этом часто играют сотрудники нефтебаз и АЗС, подворовывая товар.

К примеру, водитель бензовоза в летний день может запасть канистрами, чтобы по дороге слить туда из раскаленной на солнце цистерны,

увеличившееся в объеме топливо. Когда цистерна большая, то и объем «лишнего» бензина становится солидным.

В результате растут потери владельца бизнеса: 1 литр 92-го бензина стоит от 33,1 руб., в канистре 20 л. А таких канистр может оказаться около десятка и порядка 100 долларов останутся в кармане водителя¹⁵.

Приемщицы бензина также хитрят: во время приемки они с силой «втыкают мерник» в емкость для хранения бензина. От этого жидкость плещется и образуется волна. Вот тут-то и измеряется количество бензина.

Правда, объем определяется по нижней риске, в том месте, откуда волна только что ушла. В результате отхлынувшая жидкость остается неучтенной.

Копейки, на первый взгляд. Но когда речь идет о емкости в 100 т, то и одно деление равно нескольким тысячам рублей. И так может происходить изо дня в день.

Чтобы не прогореть на бензине, опять-таки надо учитывать ряд тонкостей, связанных со спецификой этого вещества.

Также известно, что бензин быстро испаряется, особенно летом. Причем, чем выше его октановое число, тем процесс испарения идет быстрее.

Поэтому, если АЗС расположена на трассе, не стоит в жаркий день запасаться дорогим 98-м бензином. Лимузины там ездят редко, а ждать, когда весь бензин испарится, по меньшей мере, глупо. Каждый день оценивается в тысячи рублей убытков¹⁶.

Конечно, в этом бизнесе, как и во многих других, всегда есть норма убыли. Ее включают в тоннаж, когда покупают горючие вещества.

Эта норма не велика, примерно как бой в ликероводочной промышленности — 0,01%. Но при больших объемах убыль может вылиться

¹⁵ Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 288 с.

¹⁶ Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 289 с.

в весьма существенную цифру. Так что лучше всегда стремиться сокращать потери.

Также на рынке существует тенденция залога АЗС за долги, потому в погоне за будущими прибылями нельзя полагаться только на банковские кредиты. На рынке существуют хозяева АЗС, которые брали кредит, строили на полученные деньги заправку. Однако расплатиться по залоговым обязательствам не спешили, а в залог готовой АЗС брали новый кредит, чтобы возвести еще одну заправку. Получалась пирамида. Причем, довольно шаткая.

Такой бизнес в один миг может исчезнуть.

Хорошо, если получаемая с АЗС маржа будет высокой, тогда, возможно, денег хватит на все. В том числе удастся и долг вернуть. Кризисы и оптовые подорожания цен на топливо не исключены. В подобных ситуациях объемы реализации бензина на АЗС падают, и построенным на честном слове заправкам грозит банкротство.

Многие продавцы бензина считают, что выгодное расположение АЗС и ее техническое оснащение не гарантируют устойчивую прибыль. Некрупный владелец АЗС, используя бренд одной из известных нефтяных компаний, увеличивает продажи. Договор франчайзинга обходится владельцу АЗС всего в 700 долл. в год. Фактически это плата за аренду известного товарного знака.

Первое время больше ничего не потребуется. Зато в обмен можно получать бензин проверенного качества. Если, конечно, это возможно географически.

Выбирая фирму–патрона, для начала нужно узнать, есть ли поблизости принадлежащая ей нефтебаза или нефтеперерабатывающий завод. В противном случае могут возникнуть перебои с поставкой качественного топлива. Издалека бензин возить заведомо не выгодно: емкость самого распространенного бензовоза «ЗИЛ» — 12 куб. м, а более мощные машины в

состоянии перевезти до 40 куб. м¹⁷. Поэтому сегодня популярен так называемый франчайзинг. Но крупные предприятия такие как «Лукойл» в настоящее время отказались от франчайзи услуг.

Нужно иметь в виду, что, заключая договор франчайзинга, фирма через некоторое время потребует детального соблюдения ее фирменного стиля. По мнению крупных компаний, это повышает конкурентоспособность АЗС.

Важный элемент бензинового бизнеса — тесные отношения с нефтебазой или нефтеперерабатывающим заводом. Тут можно и оптовые цены по выгоднее выторговать, и наиболее удобный режим приемки товара выстроить. Например, на условиях консигнации. Однако сколько ни заигрывай непосредственно с нефтебазой, все же опыт показывает, что выгоднее всего налаживать отношения с крупной нефтяной компанией, имеющей как свою нефтебазу, так и остальную инфраструктуру.

Анализируя ситуацию, сложившуюся на рынке предприятий АЗС, необходимо отметить следующее. Несмотря на то, что количество участников рынка продажи бензина увеличилось, объем потенциальных потребителей остался на прежнем уровне. Необходимо обязательно провести комплекс мероприятий по формированию потребительского мнения, поскольку в сознании граждан в большинстве случаев приобретение бензина связано со знанием уровня качества продукта. Необходимы следующие мероприятия для формирования сознания о том, что приобрести данный вид продукции можно непосредственно у производителя:

- формирование собственного стиля или покупка франшизы;
- реклама в специализированных журналах и на их сайтах с целью охвата
- специализированной аудитории потребителей;
- создание сайта;
- создание инфраструктуры и условий труда¹⁸.

¹⁷ Логинова, Н.А. Экономическая оценка инвестиций на транспорте: Учебное пособие / Н.А. Логинова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 234 с.

Основным методом продвижения продукции можно считать рекламу посредством жесткого контроля качества бензина. Именно безоговорочное выполнение данного условия позволит сохранить клиента в любые времена и получить свою долю прибыли на рынке.

Рассчитаем потенциальное количество открытия новых АЗС в России по состоянию на 01.01.2017 г. и представим в Таблице 2.7.

Таблица 2.7 - Потенциал потребителей услуг АЗС

	Москва	Санкт-Петербург	В России	В Европейской части	На Дальнем Востоке
Количество населения в населенном пункте	12,3 млн. чел.	4,97 млн. чел.	146,5 млн. чел.	115,36 млн. чел.	27,54 млн. чел.
Количество предоставленных услуг потребленных в 2012 году	1657,52 тыс. т	712,59 тыс. т	21981,56 тыс. т	17431,89 тыс. т	4549,67 тыс. т
Количество предоставленных услуг потребленных в 2016 году	1773,55 тыс. т	726,47 тыс. т	23520,27 тыс. т	1773,55 тыс. т	4868,15 тыс. т
Количество АЗС 2012 год:	1600	517	45000	35686	9314
-коммерческих;	787	254	22153	17567	4586
-ведомственных;	134	43	37733	2993	780
-стационарных;	396	128	11179	8866	2313
-контейнерных.	280	90	7896	6260	1635

¹⁸ Липсиц, И.В. Инвестиционный анализ. Подготовка и оценка инвестиций в реальные активы: Учебник / И.В. Липсиц, В.В. Коссов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 301 с.

Количество топливораздаточных колонок	3000	1288	40000	31350	8500
Количество АЗС 2016 год:	2563	868	48006	37500	10506
-коммерческих;	842	272	23704	18797	4907
-ведомственных;	143	46	40374	3203	835
- стационарных;	426	137	11962	9487	2475
- контейнерных.	300	96	8448	6698	1749
Динамика отрасли 2008-2009 гг.	От 3,5 до 10%				
Динамика отрасли 2013-2016 гг.	От минус 26 до плюс 7% в год	От минус 26 до плюс 7% в год	От минус 26 до плюс 7% в год	От минус 26 до плюс 7% в год	От минус 26 до плюс 7% в год
Рост отрасли 2017 – 2018 гг.	от 10 до 19 %%				
Дефицит предприятий	160	52	4500	3569	931

Учитывая среднестатистические данные, общее количество населения Российской Федерации составляет 146,5 млн. человек. Количество АЗС в настоящее время по официальным источникам приближается к 48000. В связи с приростом потребителей бензина в России потенциальное количество открытия новых АЗС составляет 4500 единиц, при общей картине увеличения потребления бензина от 6 до 7% в год.

Эксперты считают, что количество пользователей какой-либо услуги, позволяющее ей стать социально значимой, составляет 1% от экономически активного населения. Значит, для России это 1% от 71 млн. человек, т. е. 710 тыс. человек. То есть при грамотно выстроенной маркетинговой политике, подходу к организации производственного процесса, созданию репутации, новое предприятие способно существовать, выполнять свои функции и приносить прибыль его владельцу. Следовательно, организация АЗС при грамотном управлении и выполнении своей миссии должна принести запланированную прибыль.

Рассмотрим конкурентную среду работы на примере прироста участников рынка АЗС по данным II полугодия 2016 по отношению к I полугодю 2016 года.

Таблица 2.8 - Прирост участников рынка АЗС по данным II полугодия 2016 по отношению к I полугодю 2016 года

Регион	Прирост участников рынка по данным II полугодия 2016 по отношению к I полугодю 2016 года
Северо-Западный округ – Ленинградская область	1,6 %
Уральский Федеральный округ	2,5 %
Центральный Федеральный округ	6,0 %
Южный Федеральный округ	2,5 %
Приволжский Федеральный округ	1,1 %

Рынок АЗС насыщен участниками, но в течение 2013-2015 гг. временно сократилось потребление в связи с сокращением потребления в целом, потому его покинули 20 процентов составляющих игроков. В настоящее время ежегодный прирост рынка составляет от 10 до 19 %.

В октябре индекс потребительских цен на бензин автомобильный составил 99,9% (за период с начала года – 103,4%), индекс цен производителей –96,6% (за период с начала года –98,0%).

В октябре снижение потребительских цен на бензин автомобильный отмечено в 34 субъектах Российской Федерации, из них в Забайкальском крае – на 1,3%, республиках Алтай и Тыва – на 1,2% и 1,0% соответственно.

Повышение цен на бензин наблюдалось в 9 субъектах Российской Федерации, в том числе в Республике Саха (Якутия) – на 1,3%, Калининградской области – на 1,0%.

В Москве потребительские цены на бензин автомобильный за прошедший месяц снизились на 0,1%, в Санкт-Петербурге – не изменились.

В октябре цены производителей на бензин автомобильный в среднем стали ниже на 3,4%. В 12 субъектах Российской Федерации отмечено его удешевление (от 0,9% в Омской области до 12,7% в Астраханской области). В 5 субъектах Российской Федерации цены производителей на бензин автомобильный сохранились на уровне сентября 2016 года. В Ярославской области отмечено его удорожание на 0,4%.

Потребительские цены на бензин различных марок в октябре 2016г. В среднем по Российской Федерации превышали цены производителей в 2,2-2,3 раза (в октябре 2015г. – в 1,8-2,1 раза).

В октябре 2016г. цены производителей на нефть добытую выросли на 2,4% (с начала года на 15,1%), тарифы на ее перекачку трубопроводным транспортом стали ниже на 0,3% (с начала года выросли на 3,9%).

Итак, АЗС как бизнес является высокодоходным и перспективным при грамотной организации производства, несмотря на ужесточившиеся условия деятельности на рынке. Число граждан, желающих заправить свой автомобиль бензином, постоянно. Следовательно, количество покупателей будет постоянно. Актуальности данной тенденции в настоящее время придает экономический кризис. АЗС на условия крупных инвестиций, приносит высокий доход и окупает производство в течение одного двух лет. Поэтому финансовые вложения в его создание вполне оправданы.

2.2. Техничко-экономические данные оборудования, финансовый план, оценка риска

Основным оборудованием АЗС являются:

- топливораздаточная колонка;
- газораздаточная колонка;
- система управления АЗС;
- датчик давления микропроцессорный;
- автогазозаправочные станции;
- топливозаправочный пункт — модульный;
- топливозаправщик Объем - 10,7 м³
- Шасси – КАМАЗ.

Техническая оснащенность АЗС должна быть такой, чтобы способствовать росту производительности, отвечать технике безопасности, соответствовать репутации и заложенной в маркетинговую политику предприятия стратегии долгосрочных инвестиционных вложений. Именно поэтому предприятие необходимо снабдить высокоэффективным, надежным оборудованием, способным обезопасить данный вид бизнеса от негативного влияния внешней среды.

При составлении программы реализации услуг предприятия будет рассматриваться самый низкий порог рентабельности приобретения продукции и услуг АЗС. Рассмотрим план объемов производства и полной реализации продукции и услуг, реализуемых АЗС¹⁹.

При сохранении тенденций развития данного рынка, а именно прирост объемов реализации бензина и дизтоплива и потребления в размере от 10 до 19% в год, предприятие достигнет роста объемов реализации до 624,01 млн. рублей в год и более.

¹⁹ Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 578 с.

Учитывая данные роста объемов продаж, произведен расчет дисконтированных потоков выручки, выплаты кредита, расходов на деятельность предприятия.

Поскольку предприятие преследует цель преодолеть барьеры вхождения на рынок, то приобретать необходимо высококачественное оборудование, которое и составляет основную расходную часть проекта. Также при анализе расходов учтена специфика предприятия, строительство АЗС комплекса. К приобретению запланированы здания, техника, промышленная линия реализации бензина и ГСМ.

Также на предприятии предусматривается привлечение высококвалифицированной рабочей силы, для чего будет применена система найма. Конкурс на вакантные места будет установлен для специалистов общего и обслуживающего отрасль характера, поскольку работа на данном предприятии будет являться престижной в связи с достойной оплатой.

Все расходы предприятия окупятся в течение двух лет.

Риски при ведении данного вида бизнеса состоят в следующем:

- высокий уровень конкуренции;
- низкий уровень подготовки персонала - дефицит;
- высокий уровень капитализации инвестиций;
- высокое давление административной компоненты рынка²⁰.

²⁰ Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 758 с.

3. Концепция и базовые расчеты бизнес-плана проекта АЗС

Ниже приведен разработанный автором бизнес-план открытия автозаправочной станции, составленный для внутреннего пользования. Это означает, что рекомендации ЮНИДО были использованы, однако материал, содержащийся в данном разделе работы несколько шире, и рекомендуемые ЮНИДО подходы будут автором прокомментированы.

В основе бизнес-плана для АЗС, как для розничного торгового предприятия, должен лежать маркетинг-микс комплекс 7Р (модель М. Битнер). Как известно, модель М. Битнер основана на том, что в традиционную формулу «четырёх Р» содержащих в себе четыре контролируемых для организации фактора маркетинга: товар, цена, каналы распределения и элементы коммуникации (product, price, place, promotion), добавляются ещё три Р: процесс, материальное доказательство качества услуги и люди (process, physical evidence, people). Совместно с подходом М.Битнер используется функционально-инструментальная модель качества обслуживания предполагающая, что потребителю в процессе обслуживания важно не только то, что потребитель получает в процессе обслуживания (инструментальное качество), но и как этот процесс происходит (функциональное качество). По мнению автора этого подхода К. Грэнроса, для того чтобы создать функциональное качество обслуживания, менеджеру необходимо развивать стратегию внутреннего маркетинга, иногда называемого и интернальным маркетингом.

Внутренний маркетинг нацелен на контактирующий с клиентурой персонал фирмы и предназначен для создания таких мотивационных и организационных условий труда, которые бы активно способствовали созданию функционального качества обслуживания. К. Грэнрос вводит такие термины, как «внутренний продукт» (работа) и «внутренний потребитель» (персонал фирмы). Далее, согласно этой модели, перед тем как продать качественную услугу внешнему потребителю, её необходимо сначала «продать» внутреннему потребителю, т.е. персоналу, который является

«маркетологом по совместительству». Другими словами, персонал должен быть осознанно мотивирован на заданные менеджментом качественные стандарты обслуживания внешних потребителей. И отсюда можно сделать важный методологический вывод о том, что персонал предприятия является сбытовым посредником предприятия, и мотивирован он должен быть как сбытовой посредник.

Важным при построении деятельности будет учет иерархии требований рынка. При этом некоторые из этих требований следует удовлетворять на уровне минимальных стандартов, а другие – на более высоких уровнях. Такой подход называется иерархия навыков, выстраиваемая на основе анализа рынка. Навыки делятся на пороговые (минимальный уровень, достаточный для конкурентного поведения на рынке) и дифференцирующие (они выделяют продукты предприятия из всех, существующих на рынке и обеспечивают конкурентное преимущество)²¹. С точки зрения клиентоориентированного бизнес-процесса это происходит, когда предприятию удается достичь превосходства над конкурентами в тех сферах компетентности, которые помогают получить наиболее значимые для потребителя показатели качества продукции. Мы можем рассматривать термин «навык» не только в значении «Умение, выработанное упражнениями, привычкой» (словарь С.И. Ожегова), подразумевающее процессы переработки ресурсов или обслуживания клиентов, но и также умение обеспечить оборудование и материалы надлежащего качества в соответствии с целями предприятия. Поэтому для сегментации фирмы по сферам компетентности, необходимо знать существующую в данной отрасли цепочку создания стоимости и определить, в каких звеньях цепочки создания стоимости фирма должна опережать своих конкурентов.

Перечень навыков приведен в таблице 3.1.

²¹ Липсиц, И.В. Инвестиционный анализ. Подготовка и оценка инвестиций в реальные активы: Учебник / И.В. Липсиц, В.В. Коссов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.

Таблица 3.1- Характеристика конкурентных навыков

Конкурентный навык	Пороговое значение	Дифференцирующее значение
Местоположение	Вдали от дороги	На дороге
Местоположение	В населенном пункте	Вне населенного пункта
Контакт с заводами	Перекупщики	Прямые договора
Оборудование	Однопостовые ТРК «старого типа»	Многопостовые современные ТРК
Бренд	Нет	Известный бренд
Дополнительные услуги	Нет	Комплекс услуг: мойка, СТО, магазин
Планировка	Типовой проект старого типа с непродуманной организацией движения	Современный АЗС Комплекс, продуманная логистика

Рассмотрим конкурентные навыки подробно.

Место и планировка.

В связи с этим было принято решение тщательно выбрать место для АЗС, проработать схему движения автомобилей клиентов и движения бензовозов, обращая внимание на безопасный выезд с автозаправочной станции на магистраль.

Планируемая АЗС находится в Самарской области в городском поселении Х., на пересечении улиц Щорса и Расковой. Особенность расположения заключается в том, что рядом находятся жилые пятиэтажные дома, массивы гаражно-строительных кооперативов, в трех кварталах – торговый центр, и в городской черте больше нет места для заправок потенциальных конкурентов. Особенности рельефа местности позволили построить ближайшую заправку только на расстоянии 2 км от нашей. Это наш основной дифференцирующий конкурентный навык.

Поскольку АЗС находится в городской черте, мы уделили особое внимание безопасности с точки зрения ГО и ЧС.

Резервуары хранения топлива на нашей АЗС - подземные, двустенные, с заполнением межстенного пространства тосолом, что исключает попадание топлива в грунт. Все они оснащены системой сигнализации об утечках. В случае аварии весь резервуар блокируется, топливо откачивается.

Сама площадка АЗС – бетонная, обрамлена лотками для улавливания случайных проливов. Если допустить, что произойдет разлив топлива, оно уйдет в специальный резервуар, не причинив вреда природе. При этом заправка немедленно прекращает работу до полного устранения аварии. Никаких пятен и луж топлива остаться не должно. И это не чья-то прихоть, а совершенно необходимая норма безопасности, в первую очередь сотрудников самой заправки.

При сливе топлива бензовоз встает на специальную площадку, обрамленную бортиком высотой 150 мм. При сливе топлива в резервуары станции используются герметичные муфты, исключая любую утечку. При неисправности муфты внешний корпус (как и в резервуаре) не позволит пролиться ни капле.

Оборудование.

Топливораздаточные колонки (ТРК) оснащены специальными фильтрами, не допускающими попадания в бензобак грязи и воды. Оборудование высокочувствительно к всевозможным суррогатам - низкокачественному топливу, поэтому мы вынуждены приобретать дорогие, но качественные нефтепродукты. Кроме того, введение в эксплуатацию этого оборудования полностью исключило недолив, т.к. устройство новых колонок делает невозможным их регулирование.

Контакт и заводами.

Естественно, наиболее важным фактором, влияющим на доверие потребителей, является качество реализуемого топлива. Проблема в том, что качество поставляемого с заводов бензина в настоящий момент сильно

снизилось. Но, несмотря на это, реализуемое нами топливо должно соответствовать требованиям ГОСТа, поэтому компания вынуждена самостоятельно принимать меры по контролю доставки качественных нефтепродуктов.

Бренд.

Если у потребителя есть возможность он выберет заправку с известным брендом. «Лукойл», «ЮКОС» - это бренды, известные по всей территории РФ. А кто знает наш бренд? Конечно, это основная причина того, почему на трассе «работает» бренд, а к единичной заправке доверия пока нет. Исходя из этого мы помещаем наш бренд – «АЗС Терминал» под зонтик бренда «БАСФ».

Дополнительные услуги.

В данном бизнес-плане дополнительные услуги АЗС (мойка, автосервис, розничная торговля) подробно не рассматриваются. Розничная торговля сопутствующими товарами организована, в помещении АЗС место для магазина предусмотрено. На участке есть возможность пристроить к существующему зданию АЗС помещение для автосервиса, что даст дополнительный доход предприятию.

Завоевание лояльности клиента.

Нами была использована модель клиентоориентированного бизнес-процесса²².

Методология организации клиентоориентированного бизнес-процесса основана на сочетании пооперационной декомпозиции бизнес-процесса, по методу точек соприкосновения, с измерением расхождения ожиданий и впечатлений потребителя. Клиентоориентированный бизнес-процесс отличается от стандартного принципом построения. Используя определение бизнес-процесса, приведенное выше (во 2-й главе), можно сказать, что **клиентоориентированный бизнес-процесс – это система операций, целью**

²² Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.

которой является превращение потенциального клиента в лояльного с использованием собственных и поставляемых ресурсов операциям, входящим в систему. В клиентоориентированном бизнес-процессе основным ресурсом предприятия и основным предметом труда становится потенциальный потребитель (клиент). Продукцией предприятия становится не товары или услуги, а лояльный предприятию потребитель, результатом бизнес-процесса – достигнутая лояльность клиента, задачей предприятия – управлять лояльностью потребителя. Структура такого бизнес-процесса представлена на рисунке 3.1.

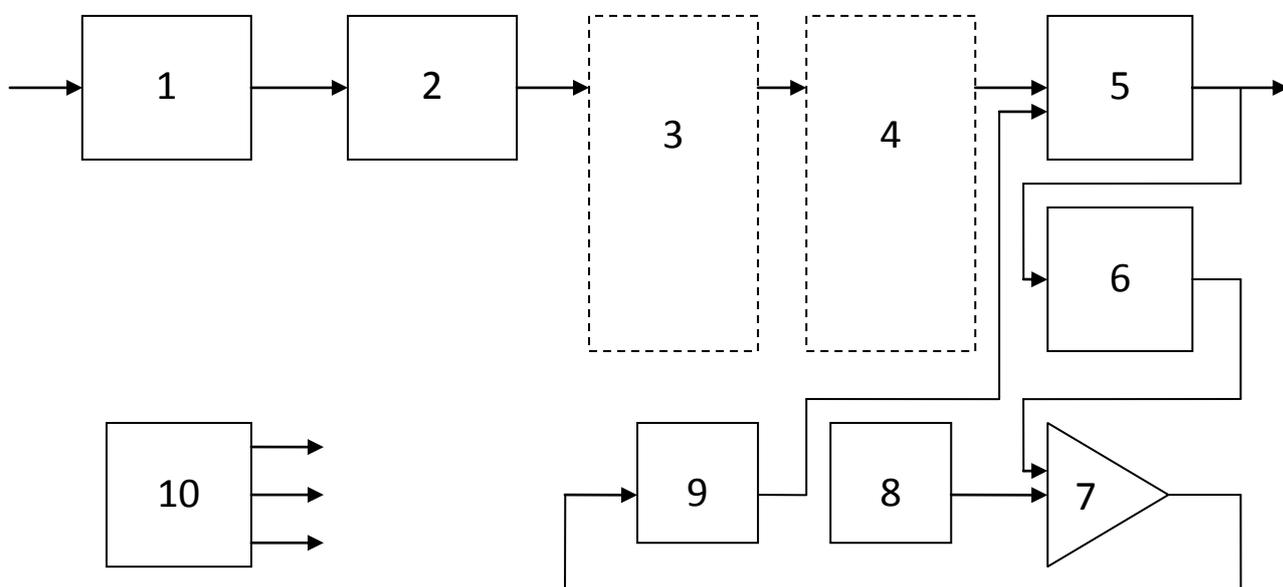


Рисунок 3.1- Структура клиентоориентированного бизнес-процесса

Её составляют следующие элементы: идентификация клиента (блок 1); измерение и оценка показателей начального состояния клиента (блок 2); i -я операция (она приведена на рис.4) клиентоориентированного бизнес-процесса (блок 3); $(n-1)$ -я операция (блок 4); n -я завершающая операция (блок 5); выходное измерение и оценка показателей конечного состояния (блок 6); сравнение состояний (блок 7); массив эталонных состояний лояльного клиента (блок 8); корректирующее воздействие для n -й операции (блок 9); синхронизация проведения операций (блок 10).

В представленной структуре i -й операции на вход 1 блока потребителя ПТР подается воздействие с выхода маркетинг-микс комплекса ММК,

формируемого за счет ресурсов R . В блоке ресурсов R для примера показаны ресурсы физического капитала $\Phi К$, персонала $ПРС$, сырья, материалов, комплектующих $СМК$. Состояние потребителя (выход 3) после воздействия маркетинг-микс комплекса $ММК$ сравнивается с эталонным, получаемым с блока паспорта состояний $ПС$. Устройство сравнения (компаратор) показано на схеме в виде треугольника. При наличии отклонений сигнал с выхода компаратора активизирует генератор корректирующих воздействий $ГКВ$, и с выхода $ГКВ$ на вход $i+1$ -й операции поступает корректирующее воздействие 4. Аналогичное корректирующее воздействие $(i-1)$ -й операции поступает на вход 2 потребителя $ПТР$.

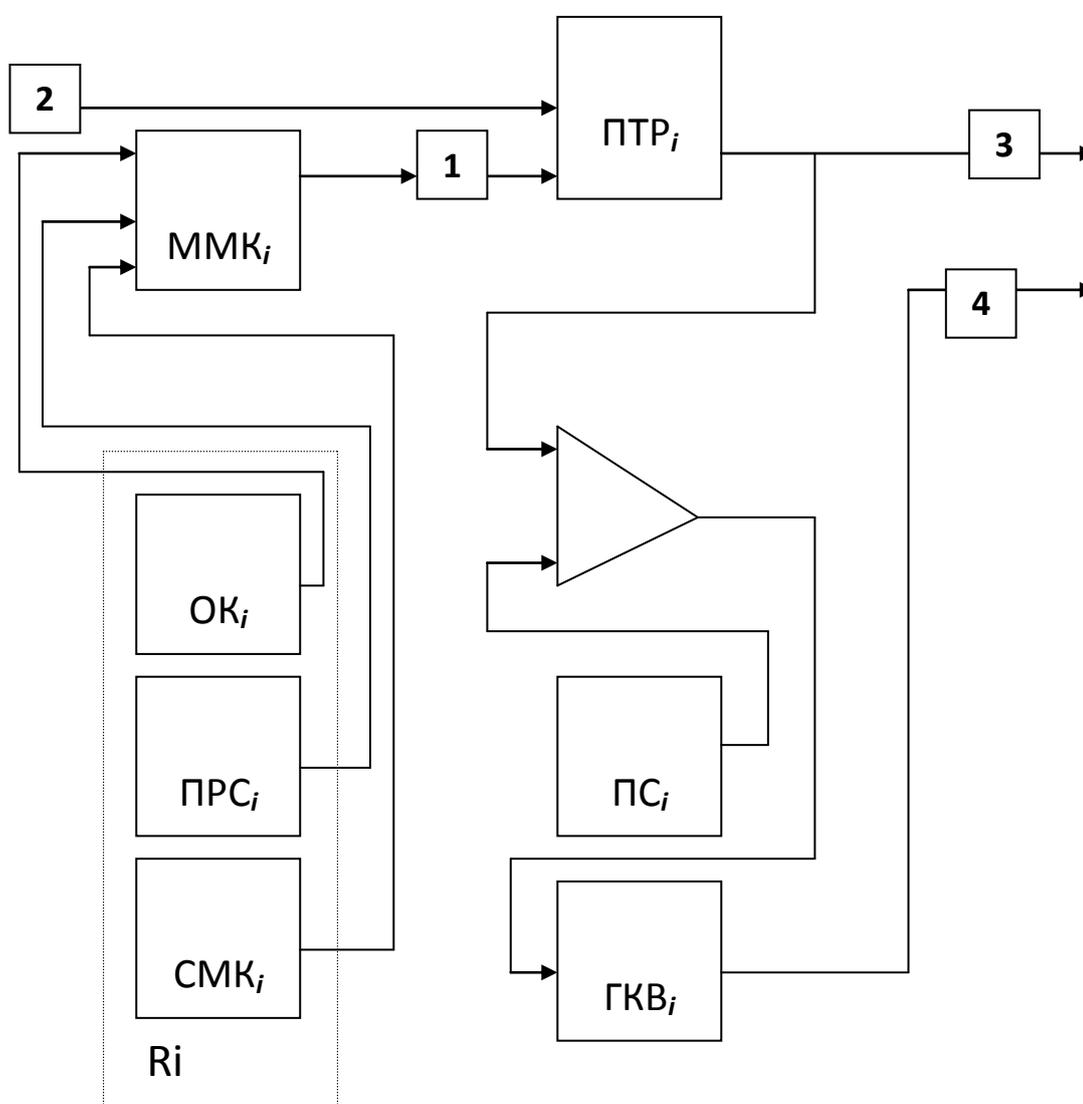


Рисунок 3.2. - i -я операция модели клиентоориентированного бизнес-процесса

В соответствии с моделью клиентоориентированного бизнес-процесса²³, структура которого приведена выше, нам пришлось решать две задачи:

1. Найти качественное отличие предлагаемого нами продукта;
2. Предложить программу лояльности.

Качественное отличие нашего продукта заключается в том, что мы предлагаем клиентам бензин, в который уже добавлены очищающие бензотракт автомобиля присадки фирмы BASF (ФРГ). При этом цена бензина остается неизменной. Выбор объясняется тем, что компания BASF является одним из ведущих мировых производителей химикатов для нефтяной и автомобильной промышленности с собственной научной и производственной базой и ориентированными на заказчиков сервисными лабораториями в Германии, Италии, Бельгии, Великобритании, Китае и России. Ассортимент ее продукции включает тормозные и охлаждающие жидкости, пакеты присадок к моторным топливам, полиизобутилены, маркеры и красители для нефтепродуктов. Концерн BASF является лидером по производству моющих присадок к топливам (торговая марка Keropur®). Основой присадок Keropur® являются полиизобутиленамин (для бензинов) и полиизобутиленсукцинимид (для дизтоплив), производимые из высокорекреационного полиизобутилена, синтезируемого по запатентованной технологии BASF. Концерн BASF обладает полным перечнем присадок для производства автомобильных бензинов и дизельных топлив в соответствии с требованиями зарубежных и российских стандартов. Депрессорные присадки улучшают низкотемпературные свойства дизельного топлива, помогая тем самым адаптировать его к суровому российскому климату. Цетаноповышающая и противоизносные присадки для дизельных топлив позволяют производить дизельное топливо, отвечающее самым жестким требованиям европейского рынка. Моющие присадки BASF

²³ Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.

способны предохранить автомобильные двигатели от образования нагара и, как следствие, от поломок. Использование этих присадок позволяет уменьшить расход топлива и снизить эмиссию вредных веществ в атмосферу. Многие европейские производители используют моющие присадки для создания топливных брендов, которые позиционируются на рынке как топлива наивысшего качества. Красители и маркеры BASF защищают топливо от фальсификации и, как и моющие присадки, дают производителю возможность выделить свой бренд среди продукции конкурентов.

Компания BASF обладает широким ассортиментом сервисных услуг, обеспечивающих подбор оптимальных пакетов присадок для каждого конкретного вида топлива. В г. Людвигсхафен располагается центр моторных испытаний BASF, где на 13 моторных стендах проходит постоянный контроль качества и оценка применимости моющих и многофункциональных пакетов присадок на различных сортах бензинов и дизельных топлив.

В последние годы нефтяные компании уделяют повышенное внимание проблеме производства топлив, отвечающих современным экологическим и техническим требованиям. Использование присадок является одним из наиболее экономически выгодных решений, а иногда и единственным.

Работа с нашими потребителями должна строиться на формировании у них убеждения, что в настоящее время одним из основных требований к автомобильному транспорту является улучшение его экологических характеристик. Это достигается совершенствованием как автомобильных двигателей, так и свойств моторных топлив. Любые отклонения от оптимального состава топливной смеси в двигателе внутреннего сгорания приводят к увеличению концентрации вредных веществ в выхлопных газах. Нарушение работы системы подачи топлива обусловлено, главным образом, образованием отложений на различных деталях впускной системы, приводящих к сбою первоначальной регулировки двигателя и, как следствие, к увеличению расхода топлива и возрастанию токсичности отработавших

газов. Сохранение характеристик автомобиля в процессе эксплуатации возможно только за счет применения моющих присадок, так как существующие технологии производства моторных топлив не позволяют обеспечить требуемый уровень свойств по поддержанию чистоты топливной системы.

Наше сотрудничество с БАСФ мы будем подчеркивать размещением информационно-рекламных материалов на АЗС. Ниже, в таблице 3.2., где приводится перечень капитальных затрат, можно увидеть затраты на оформление – 1300 тыс.руб., и в этих затратах, существенную долю занимают затраты по продвижению особенности нашего продукта – присадок в топливе. Заинтересованный потребитель может получить все необходимые документы, разрешения и справки, связанные с наличием присадок в нашем топливе.

Программа лояльности основана на предоставлении индивидуальных скидок в зависимости от количества приобретаемого топлива. Это гибкая система, параметры которой (процент скидки и объем, необходимый для ее предоставления) мы можем менять в зависимости от рыночной ситуации. Важно, что клиент получает на кассовом чеке всю информацию по полученной скидке, и имеются также подробные информационные материалы относительно скидок.

Для реализации программы лояльности нами была закуплен аппаратно-программный комплекс на базе POS-терминалов, выполняющий следующие основные задачи:

- Автоматизация управления отпуском топлива, товаров и услуг на АЗК,
- Регистрация продаж топлива, товаров и услуг на ККМ,
- Ведение товарно-складского учета на АЗК,
- Информационное обеспечение процессов заказа нефтепродуктов и товаров,
- Планирование ассортиментной политики,

- Управление ценовой политикой,
- Оптимизация процесса заказа товаров,
- Организация системы учета и отчетности,
- Информационное обеспечение бухгалтерского учета в центральном офисе в части розничных продаж с применением бухгалтерских программ, не являющихся составной частью системы.

Последняя выполняемая задача очень важна, так как нам было необходимо доработать программное обеспечение в соответствии с нашей задачей – предоставлять скидку клиентам в автоматическом режиме.

В современных условиях важность информационно-управляющих систем для бизнеса неоспорима. Хорошая система не только

1. Автозаправочный комплекс (АЗК)

АЗК состоит из кассового узла, на котором установлены контрольно-кассовые машины, обеспечивающие продажу, как нефтепродуктов, так и сопутствующих товаров (Фронт-офис); ТРК и топливных резервуаров (Front END) и рабочего места менеджера АЗК, где установлена рабочая станция, на которой ведется товарно-складской учет на АЗК(Бэк-офис).

Количество обслуживающего персонала на АЗК и возможность совмещения должностных обязанностей определяется администрацией предприятия с учетом режима работы АЗК и количества установленного на АЗК торгового оборудования.

Предполагается, что на АЗК может быть произвольное количество рабочих мест кассиров-операторов АЗК, и одно рабочее место менеджера АЗК. Схема размещения рабочих мест может быть оптимизирована с учетом технологии работы клиента и специальных пожеланий с его стороны. 2.

Фронт-офис

Фронт-офис АЗК состоит из сертифицированных ГМЭК контрольно-кассовых машин (POS-терминалов) IBM POS 4614 со специализированным программным обеспечением фирмы IBS, на которых осуществляется отпуск нефтепродуктов и товаров.

2.1. Работа с нефтепродуктами

Система IBS Trade House поддерживает следующие варианты отпуска нефтепродуктов:

- Заправка указанного количества в литрах (предоплата).
- Заправка на определенную сумму (предоплата).
- Заправка на внесенную сумму с оформлением залоговой квитанции.
- Заправка указанного количества в литрах (с последующей оплатой).
- Заправка «до полного бака» (свободная заправка с последующей оплатой).
- Автоналив – режим постоянного разрешения налива.

Система IBS Trade House обеспечивает следующие дополнительные возможности:

- Перевод оплаты на другую ТРК.
- Отгрузка по талонам со 100% скидкой.
- Остановка налива.

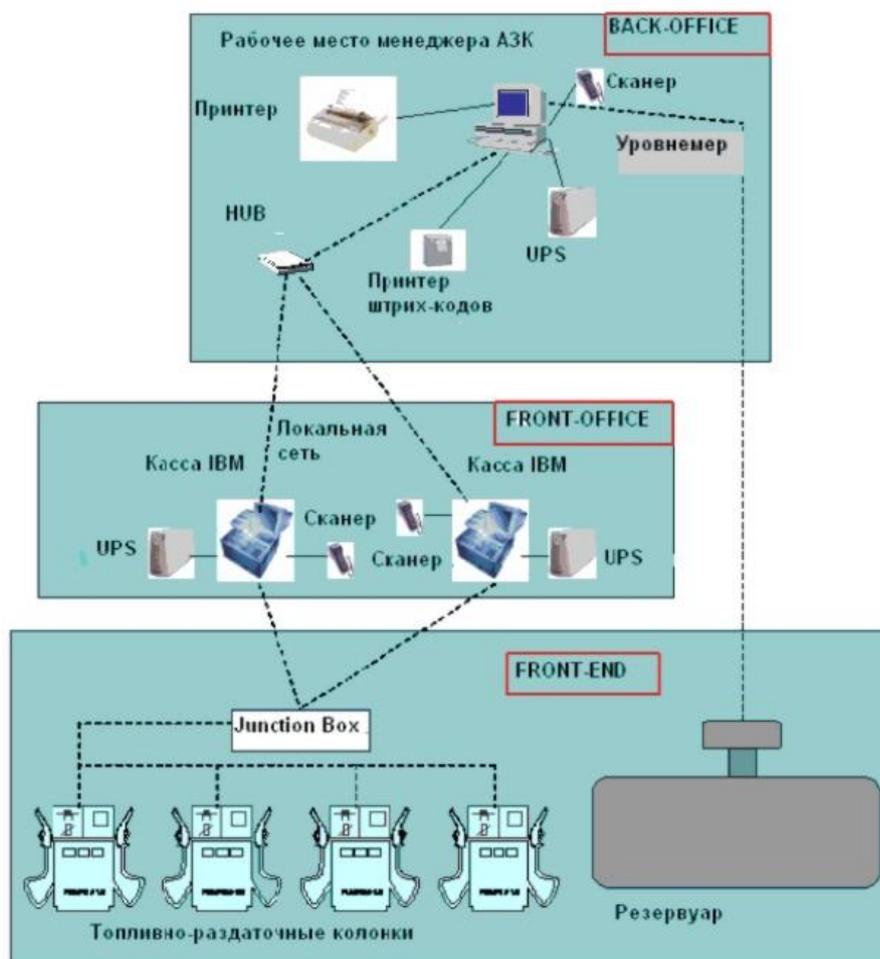


Рисунок 3.3. - Схема комплекса АЗС-МАГАЗИН-АВТОСЕРВИС

- Продолжение налива.
- Отмена налива.
- Возврат частично недолитого топлива (с печатью возвратного чека).
- Ручное пробитие топлива без реального налива на колонке (в случае отсутствия связи с ТРК).

Программный контроллер работает совместно с кассовой программой и осуществляет полный контроль над процессом отпуска нефтепродуктов. На экране монитора оператор видит количество неоплаченных транзакций, и состояние всех колонок:

2.2. Работа с товарами/услугами

- сменный режим работы на кассе.

- работа каждого кассира по индивидуальному коду и паролю.
- продажа товаров/услуг по локальному коду с проверкой на возможность продажи дробного количества.
- продажа по штриховому коду (как собственного).
- продажа товара со свободной ценой.
- расчет сдачи.
- безналичные виды оплаты, включая дисконтные клиентские карты (собственные карты) и проверка карт при помощи магнитного считывателя (картридера), встроенного в клавиатуру.
- оплата по кредитному счету клиента с отслеживанием сальдо клиента.
- смешанная оплата различными видами оплаты (как наличными, так и безналичными).
- скидки и наценки на товар или итог чека в процентах и абсолютной сумме.
- временные скидки на товар.
- клиентские скидки (автоматические скидки определенным клиентам).
- скидки на количество.
- коррекция ошибок последней строки.
- отказ от товара внутри чека до оплаты с проверкой на наличие этого товара в чеке (невозможно отказаться от товара, не пробитого в чеке)
- аннуляция чека.
- возврат товара.
- возврат товара, проданного со скидкой.
- перевод оплаты с одного вида платежа на другой.
- выплата из кассы.
- Инкассация кассы.
- внесение кассового фонда.
- декларация денежного ящика.

- печать подкладного документа (широкого или узкого) не только по последнему чеку, но и за любой период хранения чеков в базе.
- печать копии чека.
- мультивалютный режим работы.
- авторизация международных банковских пластиковых карт.
- настройка и автоматическая печать слипа при оплате пластиковыми картами.
- автоматическая проверка стоп-листов (списка аннулированных банком карт), загруженных в базу данных кассы.

2.3. Отчеты

Программное обеспечение позволяет получать топливные и товарные отчеты различных форм.

Все отчеты (кроме фискального), можно получить как за день или за смену (при сменном режиме работы на кассе), так и за любой период хранения чеков в базе данных с произвольным выбором интервала времени.

Программное обеспечение позволяет настраивать функции кассы и определять доступ пользователей к этим функциям: без вмешательства (с вмешательством) менеджера или старшего кассира. Для ограничения доступа существует специальный ключ замка клавиатуры, которым владеет менеджер (старший кассир) магазина. Возможна настройка доступа к отчетам и базам данных кассы: только с ключом или с ключом и дополнительным паролем.

Контрольно-кассовые машины работают независимо друг от друга, каждая имеет собственные справочники баз данных клиентов, товаров, дисконтных карт, кассиров и прочие справочники, необходимые для автономной работы кассы.

Справочники баз данных кассы могут изменяться как непосредственно на кассе (в случае отсутствия back-офисной системы или проблем с локальной сетью на станции), так и с рабочего места менеджера АЗК.

Поскольку обмен данными между контрольно-кассовыми машинами происходит в режиме off-line (не постоянно, а по запросу менеджера АЗК),

передача изменений справочников на кассы и передача данных о продажах на рабочее место менеджера АЗК происходит независимо от кассира и не требует выполнения им каких-либо специальных операций.

Поскольку операционная система кассы работает в многозадачном режиме, обмен информацией между кассой и рабочим местом менеджера АЗК не сказывается на работе кассира.

2.4. Автосервис

Структура и организация работы автосервиса аналогична работе магазина. Существенным отличием является то, что в данном случае продаются не только товары (автозапчасти, материалы и т.д), но и специальный вид товаров – услуги (производимые работы).

Учет и продажа услуг в системе может быть осуществлена следующим образом:

1. Карточки услуг создаются наравне с карточками на обычный товар, и могут быть разнесены по разным группам классификатора.
2. На услуги может быть назначена розничная (продажная) цена.
3. У услуги может быть изменена учетная цена в справочнике товаров.
4. Услуги могут быть переданы на кассы.
5. Услуги могут быть реализованы на кассе наряду с обычными товарами.
6. После обработки продаж может быть получен отчет о реализации услуг в розничных ценах.
7. Услуги не могут быть результатом производства.

В настоящее время модуль автосервиса у нас не задействован

3. Дополнительные возможности.

Имеются дополнительные возможности системы автоматизации которые можно воплотить в дальнейшем путем наращивания аппаратного и программного обеспечения, не меняя работающую структуру АЗК:

- Расширение сети АЗК (распределенная сеть баз данных АЗК), с управлением из центрального офиса.

- Оснащение дополнительного рабочего места оператора или кассира в кафе, в магазине, на станции технического обслуживания при АЗК.

- Установка программного обеспечения и оборудования для возможности осуществления оплаты на АЗК при помощи магнитных карт и smart-карт.

- Установка в магазинах при АЗК системы защиты от воровства и системы видеонаблюдения.

- Возможность обмена данными с программами автоматизации финансово - бюджетной деятельности заказчика.

В рамках автоматизации финансовых служб предприятий, компания IBS внедряет также системы финансового анализа, планирования и бюджетирования. Среди предлагаемых заказчикам продуктов как собственные разработки IBS, так и интегрированные с системой товарно-складского учета западные продукты.

4. Достоинства.

Основными достоинствами предлагаемого решения по автоматизации сети АЗК на основе программного комплекса IBS Trade House являются:

Универсальность и масштабируемость - в зависимости от пожеланий заказчика, система может быть поставлена в минимальной конфигурации, а затем, плавно вырасти в мощный полнофункциональный комплекс. При расширении системы используются универсальные программно-аппартные модули.

Эргономичность - на рабочем месте оператора-кассира АЗК используется универсальный POS-терминал, который позволяет управлять ТРК, осуществлять реализацию товаров и услуг, прием наличных и безналичных платежей и пр. При этом оператор-кассир пользуется одной специализированной клавиатурой и одним дисплеем, что защищает систему от ошибок оператора при повторном вводе в разные устройства одной и той же информации.

Оптимизация бизнес-процессов и снижение трудозатрат

Автоматизации полного цикла основной деятельности заказчика и возможности оперативного контроля за деятельностью всех ее подразделений. Ведение единой информационной базы, что позволяет исключить дублирование ввода данных. Все операции по учету товародвижения могут быть выполнены только в виде электронного документа и, так как каждый пользователь системы имеет свой пароль, всегда можно определить, кто автор изменения, отчета и т.п.

Гибкое управление ассортиментной и ценовой политикой – Предоставляемая системой отчетность позволяет выявить наиболее продаваемые товары, товары приносящие максимальную прибыль, залежавшиеся товары, выявить изменение спроса в зависимости от уровня цен и пр.

Открытость - система автоматизации АЗК имеет возможность передавать данные в другие информационные системы, используемые у заказчика. По соглашению с фирмами-разработчиками данных систем можно организовать блок стыковки и обеспечить прием и передачу данных.

Качественное внедрение наш поставщик ООО «Воронеж-Микротехника» проекты по автоматизации АЗС осуществляет совместно с Компанией IBS, которая имеет многолетний опыт внедрения систем автоматизации сети АЗК. Реализация проектов выполняется следующими этапами: поставка и установка оборудования и программного обеспечения; обучение персонала; техническое сопровождение оборудования; гарантийное и послегарантийное обслуживание программного обеспечения.

Учет и управление запасами, сокращение потерь – система обеспечивает оперативное получение товарных отчетов и товарных остатков, автоматически резервирует товар при выписке счета покупателю на складе. Ведется полный контроль за работой операторов-кассиров АЗК и состоянием денежных ящиков с отчетами по всем видам валют и платежей

Соответствие – Система соответствует требованиям законодательства России; по мере вступления в силу новых законов, норм, налогов и пр.

программное обеспечение IBS Trade House дорабатывается и без остановки продаж обновляется на объектах заказчика.

Надежность – в аппаратной части системы используется компьютерная техника ведущих мировых производителей: IBM, HP, Dell, ViewSonic и др. Система автоматизации IBS Trade House реализована на реляционной системе управления базами данных PROGRESS, позволяющей эффективно работать с базой данных, обеспечивать устойчивую работу системы и сохранность данных при различных аппаратных сбоях.

Затраты на приобретение АЗК составили 250 тыс. руб., еще 30 тысяч пришлось затратить на добавочный программный модуль, реализующий задуманную нами систему скидок для обеспечения лояльности клиента.

Инвестиции в проект составили 14585 тыс. рублей. Структура капитальных вложений представлена в таблице 3.2 и на рисунке 3.4.

Таблица 3.2. Капитальные вложения

№пп	Наименование	Сумма
1	Проект	450
2	Согласование	400
3	Здания, благоустройство	8000
4	Оборудование	4300
5	Трубопровод	800
6	Управляющая автоматика и ККМ	350
7	Программное обеспечение	40
8	Рекламное оформление	2300
9	Земляные работы	1000

10	Пуско-наладочные работы	220
11	Очистные сооружения	320
12	Метрологическое оборудование	215
	ИТОГО	18395

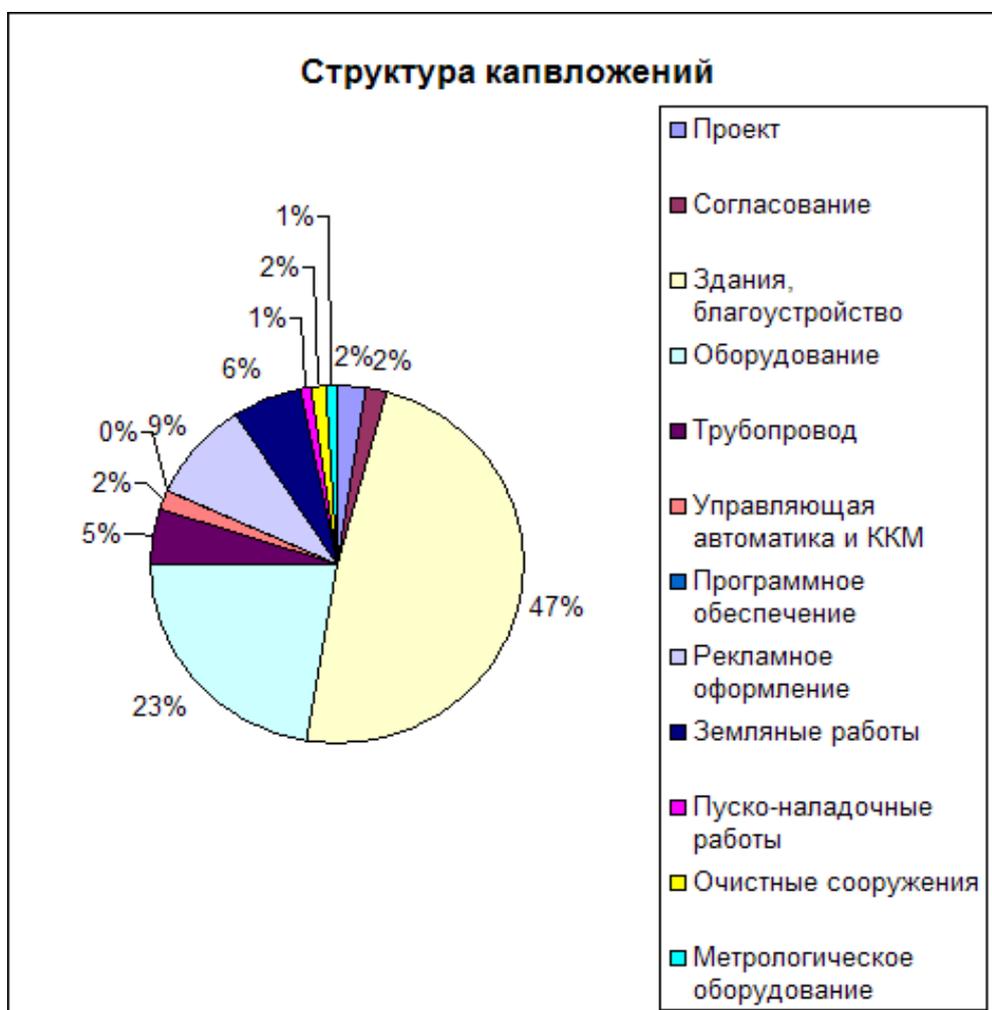


Рисунок 3.4 - Структура капитальных вложений

Большая часть вложений приходится на здание АЗС и благоустройство территории. Проект вместе с согласованием потребовали примерно четыре процента от суммы инвестиций. 28% приходится на оборудование,

обеспечивающее хранение и выдачу топлива. Первоначальная смета была сформирована с итогом 9000 тыс.руб., однако ужесточение требований со стороны госорганов привело к дополнительным работам и полученному результату.

Для обеспечения работы АЗС набирается персонал, штат и фонд заработной платы представлены в таблице 3.3. Мы создаем рабочие места для 16 человек (учитывая сменную работу). Заработные платы для пос. Прибрежный, в котором будет расположена АЗС – чуть выше средних. Определим фондовооруженность (по явочной численности), которая составляет 911 тыс.руб., стоимость технологического рабочего места (по количеству технологических рабочих мест)– 1621 тыс.руб.

Таблица 3.3 Расчет фонда зарплаты для АЗС

Фонд з/п					
№ п/п	Должность	З/пл мес.	Премия	Кол-во	ФЗП
1	Директор	40	10	1	50
2	Бухгалтер	20	10	1	30
3	Старший оператор	18	4	1	22
4	Администратор	20	4	1	24
5	Оператор	10	2	5	12
6	Охранник	20	2	2	22
7	Уборщица	10	2	1	12
8	Дежурный на площадке	10	2	2	12
ИТОГО		148	36	14	184

Текущие ежемесячные затраты предприятия (без учета стоимости бензина и сопутствующих товаров) представлены в таблице 3.4. Обратим

внимание на следующие статьи, на которые приходится большая часть затрат: зарплата начисленная (60%), отчисления в фонды – 30%, охрана АЗС силами отдела вневедомственной охраны полиции – 16%.

Заметим, что на предприятии выбрана 2-я форма налогообложения по упрощенной системе, то есть 15% от разницы между доходами и расходами, при этом амортизационные отчисления не включаются в состав затрат. Применение упрощенной системы налогообложения позволяет избежать НДС (налога на добавленную стоимость) хотя и не снижает выплаты по отчислениям в социальные фонды.

Величина выручки предприятия (прогнозируемая) позволяет использовать упрощенную систему налогообложения в течение всего периода расчета.

Таблица 3.4- Затраты текущие, руб/мес.

Наименование	Сумма,руб.
Зарплата с НДФЛ	129000
Отчисления на ФЗП	43860
Обслуживание ТРК	9000
Обслуживание ККМ	500
Охрана АЗС	40000
Уборка территории	2000
Канцтовары и расходные материалы, хозтовары	1500
Питьевая вода, молоко	1000
ГСМ на собственные нужды	8000
Инкассация и РКО	9000
ИТОГО	243860



Рисунок 3.5 – Структура текущих затрат предприятия

Прогноз по сбыту на период 3 первых года проекта представлен в таблице 3.5. и проиллюстрирован графиками на рисунке 3.6. Выделяем небольшой рост тренда в рассматриваемом периоде. При расчете цены принимались стабильными, инфляция не учитывалась. Как известно, при прогнозах возможно два подхода: с учетом и без учета инфляции. При расчете проектов с длинными лагами и нерегулярным сбытом (строительство, авиастроение, кораблестроение) не учитывать инфляцию нельзя. В нашем случае, в условиях постоянного сбыта однородной продукции влияние инфляции постоянно будет корректироваться в ходе реализации проекта, и погрешность расчетов, связанная с инфляцией будет

несущественной.

Расчет эффективности проекта представлен в таблицах 3.6. и 3.7. Ставку дисконтирования рассчитаем по самой распространенной на практике модели увязки требуемой доходности и риска – CAPM (Capital Asset Pricing Model)

$$K_i = K_f + \beta_i (K_m - K_f),$$

K_i – требуемая доходность i -го актива;

K_f – безрисковая доходность на рынке;

β_i – мера оценки систематического риска i -го актива;

K_m – доходность фондового индекса.

В качестве K_f – безрисковой доходности на рынке выберем доходность облигаций Россия ОФЗ26204 с погашением в 2023 г. $\approx 12\%$ (расчет с сайта ММВБ), β_i для розничной торговли нефтепродуктами и газом на развивающихся рынках по данным www.damodaran.com 0,14 (на январь 2012 г.). Доходность фондового индекса ММВБ за 2011 г. составила – 13%.

Подставляя получим

$$K_i = 12 + 0,14 * (-13 - 12) = 8,5 [\%].$$

Основываясь на исследованиях Т.В.Тепловой, согласно которым наблюдается обратная связь между моментами более высоких порядков и доходностью, растущий и падающий рынки оказывают асимметричное влияние на премии за отдельные компоненты риска (бета, гамма, дельта) и премия за бета-риск во всех моделях положительна и статистически отлична от нуля на «растущем» рынке, и отрицательна и статистически значима на уровне 5% на «падающем» рынке, как нами и предполагалось. Объяснительная способность традиционной двухмоментной CAPM (однофакторной модели с классическим бета-коэффициентом) на «падающем» рынке значительно выше (средний за весь период R квадрат равен 32%), чем качество модели на «растущем» рынке (средний за весь период R квадрат равен 11%), можем считать 8,5 % предельной доходностью. Если в расчетах мы выберем в качестве ставки дисконтирования 10%, это

будет достаточно.

Проведя расчеты, видим, что накопленная за три года проекта прибыль не покрывает инвестиционных затрат, а если подсчитать дисконтированные денежные потоки CF по ставке 10%, таблица 3.5., убедимся, что расчеты эффективности проекта надо вести для большего срока жизни. Полагая сумму выручки в последующий период неизменной, определим чистую текущую стоимость NPV и внутреннюю норму рентабельности IRR.

$NPV = 3001$ тыс.руб, $IRR = 16\%$.

Полученные значения свидетельствуют о доходности проекта.

Определим также срок окупаемости в двух вариантах (для дисконтированных и не дисконтированных денежных потоков) кумулятивным способом. Данные по возврату инвестиций представлены в таблице 3.7. (строки «возврат инвестиций» и «возврат инвестиций диск.»). Графики возврата представлены на рисунке 3.7. Срок окупаемости определяется по точке пересечения графиком оси абсцисс. Можно сделать вывод, что дисконтированный срок окупаемости чуть больше 6 лет, недисконтированный срок окупаемости – 4,5 года.

Проект, осуществляемый целиком на средства собственников предприятия жизнеспособен.

К социальной эффективности проекта следует отнести обеспечение работой 16 человек и выплаченную за первые три года проекта сумму налогов около 2 млн.руб.

Заключение

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, как создание АЗС является сверхприбыльным, высокорискованным и перспективным. Одно из главных условия его функционирования является наличие выгодного месторасположения будущей АЗС и наличие гарантированного поставщика высококачественного бензина и дизтоплива, что связано с объективными экономическо-финансовыми условиями деятельности на данном рынке.

Открытие АЗС потребует от руководителя проекта самоотдачи, высокого напряжения волевых усилий, знаний, тактических манипуляций при оформлении бюрократической документации, а также осознания того, что данный вид бизнеса требует тщательной проработки и значительных капитальных вложений. Если руководитель проекта понимает, и берет на себя ответственность за создание предприятия такого масштаба и характера, берет на себя ответственность за жизни людей, участвующих в производственном процессе, то его интеллектуальные, финансовые и личные вложения будут приносить прибыль, а предприятие выполнять свою непосредственную задачу, необходимую экономике и обществу в течение десятилетий.

Список использованной литературы

1. Басовский, Л.Е. Экономическая оценка инвестиций: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - М.: ИНФРА-М, 2013. - 241 с.
2. Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2012. – 816 с.
3. Блау, С.Л. Инвестиционный анализ: Учебник для бакалавров / С.Л. Блау. - М.: Дашков и К, 2014. - 256 с.
4. Блау, С.Л. Инвестиционный анализ: Учебник для бакалавров / С.Л. Блау. - М.: Дашков и К, 2016. - 256 с.
5. Борисова, О.В. Инвестиции. В 2 т. Т.1. Инвестиционный анализ: Учебник и практикум / О.В. Борисова, Н.И. Малых, Л.В. Овешникова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 218 с.
6. Воронкова О. В. //Основы бизнеса: учебное пособие НГТУ, 2012 год, 135 страниц
7. Дубровин И. А.// Бизнес-планирование на предприятии: учебник Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 год, 432 страницы
8. Казейкин, В.С. Ипотечно-инвестиционный анализ: Учебное пособие / В.С. Казейкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 176 с.
9. Касьяненко, Т.Г. Экономическая оценка инвестиций: Учебник и практикум / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 559 с.
10. Ковалёва, Т.М. Коммерческая оценка инвестиций / Т.М. Ковалёва. - М.: КноРус, 2012. - 704 с.
11. Колмыкова, Т.С. Инвестиционный анализ: Учебное пособие / Т.С. Колмыкова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 204 с.
12. Кузнецов, Б.Т. Инвестиционный анализ: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Б.Т. Кузнецов. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 361 с.
13. Кэхилл, М. Инвестиционный анализ и оценка бизнеса: Учебное пособие / М. Кэхилл.. - М.: ДиС, 2012. - 432 с.

14. Липсиц, И.В. Инвестиционный анализ. Подготовка и оценка инвестиций в реальные активы: Учебник / И.В. Липсиц, В.В. Коссов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 320 с.
15. Логинова, Н.А. Экономическая оценка инвестиций на транспорте: Учебное пособие / Н.А. Логинова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 252 с.
16. Мельников, Р.М. Экономическая оценка инвестиций. Уч. пос / Р.М. Мельников. - М.: Проспект, 2014. - 264 с.
17. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2012. – 152 с.
18. Плотникова, А.М. Экономическая оценка инвестиций: Учебное пособие / А.М. Плотникова, М.В. Слаутина. - М.: КноРус, 2013. - 304 с.
19. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 488 с.
20. Складорова Ю.М. //Инвестиции: учебник - Высшее образование, 2015 г., стр. 349
21. Степочкина Е. А.// Планирование и прогнозирование в условиях рынка: учебное пособие Директ-Медиа, 2014 год, 236 страниц
22. Степочкина Е. А., Иванов А. С., Терехина М. А.// Планирование и организация производства. От индустриальной экономики к экономике знаний: учебное пособие Директ-Медиа, 2016 год, 203 страницы
23. Уткин, Э.А. Бизнес-план компании / Э.А Уткин.- М.: Изд-во «ЭКМОС», 2012. – 102 с.
24. Руденко Л. Г. // Планирование и проектирование организаций: учебник Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°» , 2016 год, 240 страниц
25. Турманидзе, Т.У. Анализ и оценка эффективности инвестиций: Учебник. / Т.У. Турманидзе. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 247 с.
26. Чернов, В.А. Инвестиционный анализ: Учебное пособие / В.А.

Чернов. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 159 с.

27. Чернов, В.А. Инвестиционный анализ: Учебное пособие / В.А. Чернов; Под ред. М.И. Баканова. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 159 с.

28. Шапкин, А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. - М.: Дашков и К, 2013. - 544 с.

29. Шапкин, А.С. Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. - М.: Дашков и К, 2014. - 544 с.

30. Шапкин, А.С. Экономические и финансовые риски: оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. - М.: Дашков и К, 2016. - 544 с.