

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления
(наименование института полностью)

38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки, специальности)

Предпринимательство
(направленность (профиль)/специализация)

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему Оценка стоимости действующего бизнеса

Обучающийся

Н.В. Минков

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент А.В. Морякова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Консультант

канд. пед. наук., доцент А.В. Кириллова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2022

Аннотация

Целью написания бакалаврской работы является формирование и обоснование значимости введения нового продукта с целью его дальнейшей реализации.

Предметом исследования в рамках бакалаврской работы выступает оценка стоимости действующего бизнеса. Объектом исследования является новый продукт ECOPLUS ООО «ТЗРиМ».

Исследование проводилось с помощью аналитических данных о рынке, куда входит анализ спроса и предложения, анализ цен и потребления, а также конкурентной среды.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предлагаемый продукт может быть запущен в производство и пополнит перечень реализуемой компанией продукции, что в дальнейшем позволит увеличить финансовую стабильность компании, а также расширит спектр рынка, так как добавится новая категория потребителей.

Структурно в бакалаврскую работу входят введение, три главы, заключение, список используемой литературы и приложения. В первой главе рассмотрены теоретические основы по оценке стоимости действующего бизнеса, а во второй и третьей последовательно приводится анализ рынка и продуктов-аналогов, раскрывается специфика продукта и выстраивается предложение для ООО «ТЗРиМ». Также в работе представлено 33 расчетные таблицы, 30 источников литературы и 2 приложения.

Abstract

The subject of the study within the framework of the bachelor's thesis is an assessment of existing businesses value. An object of the study is a new product – ECOPLUS – of Togliattinsky Plant of Solvents and Oils, LLC.

The purpose of the thesis is to form and to justify the significance of a new product introduction for the purpose of its marketing.

The study was conducted with the help of analytical data about the market, which includes an analysis of supply and demand, an analysis of prices and consumption, as well as the competitive environment.

Practical significance of the study lies in the fact that the product proposed to be launched can be put into production and will be added to the list of the products sold by the company, which will further increase financial stability of the company, as well as expand the market, as a new category of consumers will be added.

Structurally, the bachelor's thesis includes: an introduction, three chapters, the first of which includes a theoretical basis for assessing the existing business value, while the second and the third ones consecutively provide an analysis of the market and product-analogues, reveal the specifics of the product and proposals for Togliattinsky Plant Solvents and Oils, LLC, a conclusion and a list of references and used sources. The thesis also contains 33 computation tables, 30 sources, and 2 appendices.

Оглавление

Введение.....	6
Глава 1 Теоретические основы оценки стоимости действующего бизнеса.....	8
1.1 Экономическое содержание оценки стоимости действующего бизнеса	8
1.2 Подходы и методы оценки стоимости действующего бизнеса.....	13
Глава 2 Характеристика проекта по созданию нового продукта.....	20
2.1 Резюме.....	20
2.1.1 Сводная информация.....	20
2.1.2 План-график мероприятий.....	21
2.1.3 Перечень необходимых документов.....	22
2.2 Характеристика продукции.....	23
2.3 Анализ рынка.....	26
2.3.1 Анализ баланса спроса и предложения.....	26
2.3.2 Анализ потребления.....	27
2.3.3 Анализ цен.....	29
2.3.4 Анализ конкурентной среды.....	29
2.3.5 SWOT-анализ.....	33
2.4 Маркетинговый план.....	34
2.4.1 Маркетинговое предложение.....	34
2.4.2 План продаж.....	35
2.4.3 План продаж в разрезе регионов поставки.....	36
2.5 Производственный план.....	37
2.5.1 Технология производства и оборудование.....	37
2.5.2 Логистика.....	39
2.5.3 Сырье и материалы.....	40
2.5.4 Себестоимость продукции.....	40
2.6 Персонал.....	42
Глава 3 Финансовая модель и инвестиционное предложение.....	45
3.1 Инвестиционный план.....	45

3.1.1 Потребность в финансировании и структура оборотного капитала и график финансирования	45
3.2 Финансовый план	46
3.2.1 Выручка от реализации	46
3.2.2 Операционные расходы	47
3.2.3 Налоги, сборы и отчисления	47
3.2.4 Расчет финансовых потоков.....	48
3.3 Оценка рисков	49
3.3.1 Анализ вероятности рисков	49
3.3.2 Чувствительность к рискам.....	50
Заключение	52
Список используемой литературы и используемых источников.....	54
Приложение А Паспорт качества продукта	57
Приложение Б Сводная информация об ECOPLUS	58

Введение

Оценка стоимости действующего бизнеса необходима потому, что с ее помощью возможно определить уровень устойчивости рыночных позиций компании по отношению к конкурентам. Результатом оценки стоимости действующего бизнеса является рабочий процесс по созданию и введению исполнительных мер по совершенствованию текущих бизнес-процессов, а также по привлечению внешних источников инвестирования.

В связи с тем, что с каждым годом открывать бизнес становится все более и более реализуемой задачей благодаря банкам, помогающим с открытием и ведением деятельности компании, существуют варианты организационно-правовых форм, то и оценка стоимости действующего бизнеса потенциально становится все более часто воспроизводимой задачей у компаний.

Целью написания работы является формирование и обоснование значимости введения нового продукта с целью реализации.

Предметом исследования в рамках бакалаврской работы выступает оценка стоимости действующего бизнеса. Объектом исследования является новый продукт ECOPLUS ООО «ТЗРиМ».

Достижение поставленной цели возможно на основе решения следующих задач:

- формирование общей характеристики продукта, предлагаемого к производству и реализации;
- анализ конкурентов и продуктов-аналогов, которые задействованы сейчас на рынке;
- составление коммерческого предложения и план реализации для предлагаемого продукта;
- подтверждение эффективности ведения деятельности компании после введения продукта.

Исследование проводилось с помощью аналитических данных о рынке, куда входит анализ спроса и предложения, анализ цен и потребления, а также конкурентной среды.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предлагаемый продукт может быть запущен в производство и пополнит перечень продаваемой продукции компании, что в дальнейшем позволит увеличить финансовую стабильность компании, а также расширит спектр рынка, так как добавится новая категория потребителей.

Структурно в бакалаврскую работу входят введение, три главы, заключение, список используемой литературы и приложения. В первой главе рассмотрены теоретические основы по оценке стоимости действующего бизнеса, а во второй и третьей последовательно приводится анализ рынка и продуктов-аналогов, раскрывается специфика продукта и выстраивается предложение для ООО «ТЗРиМ». Также в работе представлено 33 расчетные таблицы, 30 источников литературы и 2 приложения.

Глава 1 Теоретические основы оценки стоимости действующего бизнеса

1.1 Экономическое содержание оценки стоимости действующего бизнеса

Оценка стоимости действующего бизнеса необходима и важна в настоящее время, так как дает возможность выявить степень устойчивости рыночных позиций компании относительно основных конкурентов. Полученные результаты оценки стоимости действующего бизнеса позволяют определить ожидаемое значение рентабельности в долгосрочной перспективе. Итогом оценки стоимости действующего бизнеса являются разработка и внедрение мероприятий по улучшению реализуемых бизнес-процессов, а также по привлечению внешних источников инвестирования. Для проведения оценки стоимости действующего бизнеса обычно привлекают профессиональных оценщиков, так как их мнения экспертные и независимые, однако руководство и специалисты компании могут и самостоятельно провести эту оценку.

Для того чтобы более детально разобраться в сущности изучаемого вопроса, необходимо определить современные дефиниции категории «Стоимость бизнеса». В таблице 1 представлены определения понятия стоимости бизнеса.

Таблица 1 – Определения понятия стоимости бизнеса

Автор	Определение
1	2
А.С. Вечканов	«Это результативный показатель функционирования бизнеса, который включает в себя финансовый, организационный и технологический анализ потенциального и реального дохода, приносимого компанией и перспектив оцениваемого предприятия» [1, с. 1].

Продолжение таблицы 1

1	2
Д.Я. Родин, И.Т.Трубилина, А.А. Карартынян, К.А. Хаджиев	«Стоимость функционирующего предприятия или фирмы предоставляет собой стоимость актива (обязательства) или инвестиции, отражающая способность актива приносить доход в течение определенного промежутка времени» [2, с. 11].
И.И. Колесникова	«Стоимость предприятия – это ожидаемые потоки доходов, которые собственник предприятия надеется получить в обозримом будущем» [3, с. 9].
Н.М. Чуйкова, А.И. Галушка,	«Стоимость фирмы – это приведенная стоимость ожидаемых денежных потоков как от установленных активов, так и от будущего роста, дисконтированных по ставке привлечения капитала» [4, с. 1].
А. Б. Ярошук,	«Стоимость бизнеса формируется в рамках инвестиционной концепции чистой текущей стоимости (NPV), отражающей ожидаемую долгосрочную рентабельность фирмы» [5, с. 2].

Следовательно, под стоимостью действующего бизнеса понимается величина, выраженная в денежном эквиваленте, отражающая результат деятельности всех в совокупности видов активов в настоящий момент. В таблице 2 представлены основные виды стоимости действующего бизнеса.

Таблица 2 – Виды стоимости действующего бизнеса

Вид стоимости	Определение
1	2
Рыночная	Представляет собой цену имущества компании, в том числе, ее доходов. Этот вид стоимости используют для коррекции долгосрочной стратегии развития. Для ее подсчета анализируют прибыль за текущий период.
Инвестиционная	Данная разновидность определяет стоимость имущества в рамках конкретных инвестиционных целей. Такой формат используют в двух случаях: <ul style="list-style-type: none"> – когда владелец компании решает запустить новый инвестиционный проект; – когда инвесторы планируют вложить средства в развитие компании. Исходя из потенциального (прогнозируемого) дохода в области инвестиций, цена компании может быть выше или ниже рыночной.

Продолжение таблицы 2

1	2
Текущая	Представляет собой сумму затрат, которые были вложены в развитие бизнеса с учетом активов. Текущая стоимость бизнеса нужна, если: <ul style="list-style-type: none"> – необходимо застраховать имущество компании; – учредители переоценивают активы; – требуется оптимизировать систему налогообложения. – Текущую стоимость иногда называют «восстановительной».
Ликвидационная	Представляет собой стоимость компании рассчитывается в денежном выражении за исключением затрат, которые связаны с продажей. Оценку производят в случае необходимости экстренного закрытия компании. Из-за этого стоимость товаров и компании в целом снижается.
Балансовая	Представляет собой стоимость чистых активов за вычетом общей задолженности.

Далее необходимо рассмотреть основные цели оценки стоимости бизнеса. Они представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Цели оценки стоимости действующего бизнеса

Цель	Характеристика
1	2
Повышение эффективности управления предприятием	Финансовый статус компании характеризуется показателями стабильности, доходности и устойчивости. Такая оценка нужна в основном для внутреннего использования. В ходе процедуры выявляются избыточные активы, замедляющие производство, и недооцененные отрасли, способные принести прибыль в будущем.
Купля-продажа акций на фондовом рынке	Характерно для случаев, когда руководство компании решает продать свои акции на фондовом рынке. Чтобы принять экономически целесообразное решение, нужно оценить собственность и корректно рассчитать долю, которая вкладывается в ценные бумаги. Продать компанию можно целиком и по частям. Очевидно, что стоимость контрольного пакета всегда будет выше, чем цена отдельных долей. При этом оценка важна как для владельцев акций, так и для покупателей. Желательно также, чтобы оценщик не просто назвал рыночную цену пакета, но и проанализировал перспективы развития компании в целом.

Продолжение таблицы 3

1	2
Принятие инвестиционного решения	Таковую оценку проводят по заказу конкретного инвестора, желающего вложить свои средства в действующую компанию. Инвестиционная стоимость – это потенциальная способность вложенных средств приносить доход. Оценщик выясняет максимально объективную рыночную стоимость компании с точки зрения инвестиционной перспективы. Учитываются, например, перспективы развития отрасли в конкретном регионе, направления финансовых потоков в эту сферу, общая экономическая ситуация в стране.
Реструктуризация компании	Главная цель собственника, заказывающего оценку при реструктуризации компании, подобрать наиболее оптимальный подход к процессам изменения структуры компании. Реструктуризация обычно проводится с целью повышения эффективности компании. Есть несколько видов реструктуризации – слияние, присоединение, выделение самостоятельных элементов. Оценка помогает провести эти процедуры с минимальными финансовыми затратами. В процессе реструктуризации часто требуется провести оценку оборудования, текущих активов и пассивов компании, полную оценку имущества.
Разработка плана развития компании	Разработка стратегии развития невозможна без оценки текущего статуса компании. Зная реальную стоимость активов, уровень доходности и текущий баланс, вы будете опираться на объективные сведения при составлении бизнес-плана.

Оценка стоимости действующего бизнеса является важнейшим инструментом управления стоимостью, который позволяет выявить сильные и слабые стороны компании в целом, интерес потенциальных инвесторов, а также явиться базой для принятия обоснованных управленческих решений по реструктуризации, дальнейшему развитию компании или же ее ликвидации.

Оценка стоимости действующего бизнеса представляет собой определение стоимости всего инвестированного капитала (собственного и заемного), и оценку собственного (акционерного) капитала, т.е. стоимости компании в интересах акционеров и оценку стоимости отдельных активов и обязательств, которые могут быть отделены от компании.

Процедура оценки стоимости действующего бизнеса приведена в таблице 4.

Таблица 4 – Процедура оценки стоимости действующего бизнеса

Этап	Характеристика
1	2
Выбор оценки компании	<p>Выбор оценщика – ответственный и важный этап процедуры. От него полностью зависит конечный результат.</p> <p>Профессионалов отличают следующие признаки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – солидный опыт работы на рынке; – использование актуальных технологий и методик, современного программного обеспечения; – наличие функционального и удобного Интернет-ресурса; – список известных партнёров, уже воспользовавшихся услугами компании. <p>Специалисты, проводящие оценку стоимости действующего бизнеса, должны иметь разрешительные документы и страховку своей профессиональной ответственности.</p>
Предоставление необходимой документации	<p>Для проведения оценки стоимости действующего бизнеса, необходимы следующие документы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – правоустанавливающие документы компании; – устав компании; – свидетельство о регистрации; – список объектов недвижимости, имущества, ценных бумаг; – бухгалтерские и налоговые отчеты; – перечень дочерних компаний, если таковые имеются; – справки о задолженности по кредитам (если есть долги). <p>Пакет дополняется в зависимости от целей и особенностей процедуры.</p>
Контроль определения потенциала развития компании	<p>Профессиональные оценщики всегда учитывают перспективы развития компании, но клиентам желательно контролировать этот этап исследования и быть в курсе полученных результатов.</p>
Составление отчета о проделанной работе	<p>Финальная стадия процедуры – составление итогового отчета. Готовый документ разбивается на отдельные позиции и содержит не только голые цифры, но и аналитические выводы. Отчет, заверенный подписями и печатями, имеет официальную силу в решении имущественных споров и в судебных разбирательствах.</p> <p>Для проведения оценки максимально грамотно и безопасно для своей компании такой вариант – привлекать на всех этапах независимых юристов в качестве консультантов. Сделать это можно, воспользовавшись услугами сайта Правовед. Специалисты этого портала работают в удалённом режиме и находятся в круглосуточном доступе.</p>
Согласование с исполнителем модель оценки компании	<p>Обычно заказчик знает, с какой целью он проводит оценку, но не всегда в курсе, какую методику лучше применить. В ходе предварительной беседы эксперт и клиент совместными усилиями разрабатывают план мероприятий, определяют способы оценки и согласовывают сроки её проведения.</p>

Продолжение таблицы 4

1	2
Контроль за проведением анализа рисков бизнеса	Анализ рисков – необходимый этап оценки бизнеса. Сведения, полученные в ходе такого анализа, обязательно используются при составлении отчета.

Следовательно, при проведении оценки стоимости действующего бизнеса рекомендуется руководству или специалистам компании следовать этим этапам в приведенной последовательности таблицы 4.

После определения понятия стоимости бизнеса, видов стоимости действующего бизнеса, целей его оценки и процедуры оценивания следует обратиться к подходам и методам оценивания.

1.2 Подходы и методы оценки стоимости действующего бизнеса

При проведении оценки стоимости действующего бизнеса применяются определённые подходы и методы: доходный, затратный и сравнительный.

Доходный подход оценки стоимости действующего бизнеса определяется на основе ожидаемых будущих доходов и приведением их путем дисконтирования к текущей стоимости, которую оцениваемая компания может принести. Ставка дисконтирования отражает величину рисков, присущих вложениям в оцениваемую компанию. Доходный подход используется для определения стоимости компании, ориентируясь на доходы от вида деятельности, которые потенциально возможны получить инвестору или покупателю компании, включая выручку от продажи внеоборотных активов. Стоимость компании представляет собой сумму доходов за всё время существования компании, которую могут получить его владельцы.

Существуют методы оценки компании при использовании доходного подхода. Данные методы представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Методы доходного подхода оценки компании

Метод	Характеристика	Расчётная формула
Метод капитализации	Метод строится на прогнозировании доходов от оцениваемого бизнеса в будущем	$V = \frac{N}{R}, \quad (1)$ <p>где N – средний полученный доход компании за период, руб; R – ставка капитализации.</p>
Метод дисконтированных денежных потоков	В рамках метода строится финансовая модель денежного потока на прогнозный период	$V = \sum \frac{CF_n}{(1+r)^{n+TV}}, \quad (2)$ <p>где CF_n – суммарные денежные потоки за каждый прогнозный период с первого по последний, руб; r – ставка дисконтирования; n – номер соответствующего периода; TV – продлённая стоимость бизнеса, руб.</p>

Метод капитализации основывается на рыночной стоимости компании, которая равняется текущей стоимости будущих доходов. Целесообразнее всего применять метод капитализации к тем компаниям, у которых уже есть активы, и они имеют стабильную и планомерную величину текущего дохода, а темпы роста дохода умеренны и относительно постоянны, при этом текущее состояние компании дает представление о долгосрочной деятельности.

Другой вариант решения данной проблемы – построение финансовой модели с учетом фактора времени и рисков – метод дисконтированных денежных потоков.

Ключевой момент – выбор ставки дисконтирования, которая определяет временную стоимость денежных потоков и должна учитывать риски и альтернативную доходность активов.

Если предполагается ликвидация компании, продлённая стоимость рассчитывается, как ликвидационная стоимость, а если предполагается продажа – как стоимость чистых активов.

Аналогично сравнительным методам стоимость компании, оцененная доходными методами, также должна быть скорректирована (уменьшена) на величину задолженности компании.

Затратный подход оценки стоимости действующего бизнеса основан на определении затрат, необходимых для воссоздания компании с учетом износа и устаревания. В затратном подходе к оценке стоимости действующего бизнеса предполагается установление размера активов, которое существует у компании в данный промежуток времени по принципу замещения. Важным моментом для затратного подхода является сумма активов, которая должна быть выше, чем ожидаемая сумма, принятая к замещению.

Существуют методы оценки компании при использовании затратного подхода. Данные методы представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Методы затратного подхода оценки компании

Метод	Характеристика	Расчётная формула
Метод чистых активов	Суммарная стоимость компании может быть оценена как стоимость всех активов за вычетом всех обязательств	$C_n = A_p - O_m, \quad (3)$ где C_n – стоимость компании, руб; A_p – рыночная стоимость активов, руб; O_m – текущая стоимость обязательств, руб.
Метод ликвидационной стоимости	В этом случае бизнес рассматривается, как комплекс активов, который следует как можно быстрее распродать, чтобы рассчитаться по обязательствам	$CK = A_{от} - O - Y - ЛР, \quad (4)$ где CK – стоимость компании, руб; $A_{от}$ – стоимость активов, руб; O – стоимость обязательств, руб; Y – убытки (при наличии), руб; $ЛР$ – ликвидационные расходы, руб.

Основная идея этой группы методов – оценить, сколько денег потребуется инвестору, чтобы воссоздать такую же компанию. Эта величина и есть стоимость компании, и инвестору не следует тратить больше этой суммы при приобретении.

Использовать в оценке балансовые стоимости активов не целесообразно, их следует переоценить и привести в соответствие с рыночными ценами, тогда

оценка методом чистых активов будет лучше соответствовать реальной стоимости компании в соответствии с концепцией данного подхода.

Под методом ликвидационной оценки стоимости действующего бизнеса понимается стоимость активов, определенная описанным выше методом чистых активов, корректируется на дисконт (для ускорения продажи) и на затраты по рекламе продаваемых активов.

Сравнительный подход оценки компании основан на сравнении компании с аналогичной компанией, в отношении которой имеется информация о стоимости компании. Данный подход игнорирует перспективы развития компании, следовательно, сравнительным подходом уместнее всего пользоваться для сравнения компаний-аналогов в том случае, если имеется достаточно проверенной информации о финансовых движениях внутри сравниваемой компании. Получить дополнительную информацию про финансовые вложения или другие исчисления от компаний-аналогов является сложным и не всегда выполнимым делом. Использование системы показателей конкурентной среды, позволит составить четкое представление о том, какие области конкурентной среды требуют внимания [26, с. 1].

Существуют методы оценки компании при использовании сравнительного подхода. Данные методы представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Методы сравнительного подхода оценки компании

Метод	Характеристика	Расчётная формула
1	2	3
Метод состоявшихся сделок	Выбирается несколько сделок с бизнесами, максимально похожими на оцениваемый, по которым известна цена покупки компании целиком либо контрольного пакета или доли	$V_1 = \frac{V_2}{R_2} R_1, \quad (5)$ <p>где V_1 – стоимость компании, руб; V_2 – стоимость компании-аналога, руб; R_1 – базовый показатель компании, руб; R_2 – базовый показатель компании-аналога, руб.</p>

Продолжение таблицы 7

1	2	3
Метод отраслевых коэффициентов	Расчет показателей стоимости для типичных сделок и использование их в последующем для оценки	$СК = \frac{P}{TR}, \quad (6)$ где СК - стоимость компании, руб; P – стоимость компании, руб; TR – выручка компании, руб.

Собственник или специалист компании, или профессиональный оценщик должен найти компании, которые имеют схожую отрасль, географическое положение, операционную и финансовую структуру, выручку, ассортимент товаров или услуг. Если компания работает недавно, можно использовать среднюю стоимость 4-5 схожих компаний и реализовывать свою за такую же цену. Если компания работает давно, можно сравнивать данные о доходах при помощи мультипликатора: отношения цены компании к чистой прибыли за год.

Эту группу методов правильнее назвать рыночными, так как в их основе лежит информация об уже состоявшихся сделках с похожими компаниями, либо с акциями на фондовом рынке.

В случае сделок с компаниями выбирается несколько сделок с компаниями, максимально похожими на оцениваемую, по которым известна цена покупки компании целиком либо контрольного пакета или доли. Затем изучается состояние компании накануне совершенной сделки с двумя целями:

- первая – сопоставление целевой и выбранной компании по финансовым и производственным показателям, с тем чтобы оценить сравнимость компаний и обосновать выбор данной компании, как аналога;
- вторая – расчет мультипликаторов: цена / прибыль, цена / денежный поток, цена / балансовая стоимость, в зависимости от имеющихся данных.

Используя рассчитанные мультипликаторы по каждой компании-аналогу, оценивается стоимость компании в интервале от минимальной до максимальной. Чтобы получить одну величину, рассчитывается среднее значение или выбирается самый близкий аналог и оценивается только по нему.

Таким методом оценивают приобретение контрольного пакета или 100% частных, не торгуемых на фондовом рынке компаний.

В случае использования текущей рыночной цены акции на фондовом рынке как ценового ориентира, также рассчитываются мультипликаторы либо на одну акцию, либо на полную стоимость компании, если число или доля акций торгуются на рынке. Эти мультипликаторы уже применяются к базе (чистая прибыль, выручка и т.п.) и выводится оценка на основе данных фондового рынка.

Известным вариантом сравнительного подхода является метод отраслевых коэффициентов – при наличии объективных данных о большом числе сделок купли-продажи компании в определенной отрасли можно рассчитать показатели стоимости для типичных сделок и использовать их в последующем для оценки. Следовательно, можно оценивать компании малого и среднего звена, но, к сожалению, в России очень мало доступной информации по совершенным сделкам.

Стоимость компании, оцененная этими методами, должна быть скорректирована (уменьшена) на величину обязательств компании. При этом предварительно надо изучить обязательства использованного компании-аналога и то, как они учитывались при расчете стоимости.

В таблице 8 представлены достоинства и недостатки каждого подхода оценки стоимости действующего бизнеса.

Таблица 8 – Достоинства и недостатки каждого подхода оценки стоимости действующего бизнеса

Подход	Достоинства	Недостатки
1	2	3
Доходный подход	Учитываются долгосрочные сценарии развития событий бизнеса. Учитываются Стратегические перспективы действующего бизнеса	Теоретический подход, наименее прагматичный. Сложность в определении изначальной ставки капитализации. Затруднительно прогнозировать денежные потоки, а также ставку дисконта

Продолжение таблицы 8

1	2	3
Затратный подход	Базирован на существующих активах. Результат оценивания бизнеса, наиболее обоснованный среди других подходов. Предусматривает роль производственно-хозяйственных факторов на корректировку ценообразования активов	В подавляющем большинстве случаев не берутся во внимание некоторые виды нематериальных активов. Стабилен и не рассматривает прогнозирование будущих ожиданий. Не принимает в расчёт уровень прибыльности и возможные риски
Сравнительный подход	Действующий бизнес сравнивается с реальным, существующем бизнесом. Основан на актуальной рыночной ситуации и отражает былые сделки бизнеса-аналога	Сложность подбора идентичного бизнеса-аналога. Труднодоступный поиск фактических сделок бизнесов-аналогов, так как они могут быть не афишированы или вообще отсутствовать в свободном доступе

Из анализа данных таблицы 8 следует, что самый обоснованный и приближенный к реальным фактам оценивания стоимости действующего бизнеса – это затратный подход, так как именно при расчете по этому подходу используются наиболее стабильные данные – сумма средств, потраченная на создание и ведение компании на момент оценивания.

Для оценки стоимости действующего бизнеса есть разные виды стоимостей, цели оценивания и три основных подхода: доходный, затратный и сравнительный. На практике зачастую профессиональные оценщики используют затратный подход, так как этот подход является самым фундаментальным и стабильным для расчета стоимости воссоздания такой же компании или продажи действующей компании.

Глава 2 Характеристика проекта по созданию нового продукта

2.1 Резюме

2.1.1 Сводная информация

Во второй главе разбирается бизнес-план для продукта ECOPLUS - углеводородная основа, обладающая свойством частичного разложения, что говорит о наличии меньшего количества рабочих отходов после окончания работ, а это значит, что компаниям по добыче полезных ископаемых потребуется меньшая транспортная мощность для перевозки отходов на утилизацию или переработку. Также ECOPLUS не теряет своих физических и химических свойств при работе в экстремально низких и высоких температурах, и полностью соответствует нормам Росприроднадзора.

Маловязкие углеводородные основы для буровых растворов (МУОБР) ECOPLUS будут изготавливаться на основе синтетического низкозастывающего масла без присадок.

ECOPLUS будут обладать малой вязкостью, низкой токсичностью и малой испаряемостью, что позволит применять основу ECOPLUS для приготовления широкого спектра растворов для любых условий бурения.

Во второй главе раскрывается план-график мероприятий по изготовлению пробной партии, реклама продукта ECOPLUS и его продаже. Раскрывается перечень необходимых документов для изготовления, хранения, продажи и транспортировки синтетической углеводородной основы. Обозначен список уже производящейся продукции в компании ООО «ТЗРиМ». В 3 разделе раскрывается анализ рынка, сравнение ECOPLUS с товарами-аналогами от других компаний. Описан анализ потребления, ценовая политика конкурентов и анализ конкурентной среды на рынке. Описан план продаж и производственный цикл, логистические этапы, а также требуемое сырье и персонал для работы с продуктом.

2.1.2 План-график мероприятий

План-график представляет собой совокупность мероприятий, направленных на разработку опытного образца товара, его реализацию и создания минимального возможного предложения. В таблице 9 представлен план-график мероприятий по вводу в производственный процесс и реализацию ECOPLUS.

Таблица 9 – План-график мероприятий

Цель	Дата	Ресурс/себестоимость	Ответственный
Создание первого образца	15.08.2022	5 000 руб.	Химик-технолог
Получение всех необходимых документов для создания и реализации ECOPLUS	12.09.2022	Официальные сайты и подразделения РФ для подачи заявок	Коммерческий директор
Создание презентации ECOPLUS	16.09.2022	PowerPoint	Коммерческий директор
Осведомление потенциальных потребителей о существовании продукта ECOPLUS	19.09.2022	Mail.ru, Gmail.com, Yandex.ru и другие платформы для рассылки электронных писем	Коммерческий директор
Посещение плановых демонстрационных площадок	10.10.2022	20 000 руб.	Генеральный директор
Отгрузка первой пробной партии потенциальным потребителям	20.10.2022	20 000 руб.	Коммерческий директор
Первая продажа и поставка товара ECOPLUS потребителям	20.11.2022	750 000 руб.	Коммерческий директор

По данным из таблицы 9 следует, что интервал между созданием первого образца до первой продажи товара ECOPLUS равен 3 месяцам и 5 дням. Сумма по себестоимости всех мероприятий 795 000 рублей, без учета НДС. Ресурсами могут являться различные Интернет-платформы, которые

созданы для информирования покупателей о появлении новых продуктов компаний.

2.1.3 Перечень необходимых документов

Для изготовления, продажи и поставки, а также погрузки-разгрузки товара потребуется перечень документов:

- Лицензия Ростехнадзора.
- Лицензия АО «РЖД» на погрузку-разгрузку опасных грузов.
- Обязательное страхование деятельности объектов повышенной опасности.
- Сертификат продукции Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии.
- ГОСТ 12.3.002-75 Система стандартов безопасности труда «Процессы производственные. Общие требования безопасности».
- Патент на производственный процесс.
- Договор купли-продажи товара.
- Товарная накладная.
- Акт об оказании услуг доставки товара.
- Счёт-фактура.
- Универсальный передаточный документ (УПД).
- Должностная инструкция.
- ГОСТ 33-2016 «Нефть и нефтепродукты. Прозрачные и непрозрачные жидкости».
- ГОСТ 4333-2014 «Нефтепродукты. Методы определения температур вспышки и воспламенения в открытом тигле».
- ГОСТ 20287-91 «Нефтепродукты. Методы определения температур текучести и застывания».

- ТР.ТС 030/2012 «О требованиях к смазочным материалам, маслам и специальным жидкостям».
- ГОСТ 12329 «Метод определения анилиновой точки и ароматических углеводородов».
- ГОСТ Р ЕН 12916 «Нефтепродукты. Определение типов ароматических углеводородов в средних дистиллятах. Метод высокоэффективной жидкостной хроматографии с детектированием по коэффициенту рефракции».
- ГОСТ Р 51947 «Нефть и нефтепродукты. Определение серы методом энергодисперсионной рентгенофлуоресцентной спектроскопии».
- ГОСТ 2177 «Нефтепродукты. Методы определения фракционного состава».
- ГОСТ Р 52247 «Нефть. Методы определения хлорорганических соединений».

Следовательно, для реализации производственного процесса и продажи товара ECOPLUS необходим целый перечень документов, описанный выше.

2.2 Характеристика продукции

Существует 4 основных категории продукции, производимых на ООО «ТЗРиМ»: моторное топливо, масло, ароматические углеводороды, битумы и перепродажа метанола.

В категорию «Моторное топливо» входит:

- Бензин неэтилированный экологического класса К5 АИ-92-К5, АИ-95-К5, АИ-98-К5 по ГОСТ 32513-2013.
- Топливо дизельное ЕВРО экологического класса К5: летнее, сорта С, ДТ-Л-К5, межсезонное, сорта Е (F), ДТ-Е-К5 по ГОСТ 32511-2013.
- Топливо дизельное зимнее депарафинированное ДТ-3-К5 минус 32 по ГОСТ Р 55475-2013.

- Топливо для реактивных двигателей марки ТС-1, высший сорт по ГОСТ 10227-86.

В категорию «Масло» входит:

- Масло моторное универсальное и для автомобильных карбюраторных двигателей М-8В по ГОСТ 10541-78.
- Масла моторные для автотракторных дизелей марок: М-10ДМ, М-10Г2к, М-8Г2к, М-10Г2, М-8Г2, по ГОСТ 8581-78.
- Масла моторные для дизельных двигателей марок: HD 40, HD 50, HD 60 по СТО 84035624-084-2012.
- Масла моторные для дизельных двигателей марок: G-Profi HD 50, G-Profi HD 60 по СТО 84035624-208-2016.
- Масла индустриальные марок: И-12А, И-20А, И-40А, И-50А по ГОСТ 20799-88.
- Масло турбинное Тп-22С марка 1 по ТУ 38.101821-2013.
- Масло компрессорное КС-19п А по ТУ 38.401-58-243-99.
- Масла базовые марок: SN-80, SN-100, SN-150 SN-250; SN-350; SN-400; SN-500; SN-650; BS по СТО 00149765-003-2010; по СТО 00149765-007-2016.
- Масло для гидрообъемных передач МГЕ-46В по ТУ 38.001347-00.

В категорию «Ароматические углеводороды» входит:

- Бензол нефтяной для синтеза. Высший сорт, по ГОСТ 9572-93.
- Толуол нефтяной. Высший сорт, по ГОСТ 14710-78.
- Фракция ароматических углеводородов по СТО 00149765-005-2013.

В категорию «Битумы» входит:

- Битум нефтяной дорожный улучшенный «Битурокс» БНД-У 100/130 по ТУ 0256-001-50945912-2002.
- Битумы нефтяные дорожные вязкие марок: БНД 40/60, БНД 60/90, БНД90/130 по ГОСТ 22245-90.
- Битум нефтяной дорожный вязкий БНД 70/100 по ГОСТ 33133-2014.

- Битум нефтяной кровельный БНК-45/190 по ГОСТ 9548-74.
- Битум нефтяной строительный БН 90/10 по ГОСТ 6617-76.
- Битум нефтяной кровельный БНК 115/15 по СТО 00149765-006-2013.

К действующему перечню продуктов компании ООО «ТЗРиМ» возможно добавить новый продукт ECOPLUS – маловязкий синтетический углеводород, используемый как смазка для буровых установок. В таблице 10 приведены значения по разным стандартам качества продукта ECOPLUS.

Таблица 10 – Критерии качества ECOPLUS

Наименование показателя	Метод испытаний	Норма НД	Значение
1	2	3	4
Вязкость кинематическая при 40 °С, мм ² /с, в пределах	ГОСТ 33	2,0-3,0	2,880
Температура вспышки, определяемая в открытом тигле, °С, не ниже	ГОСТ 4333	91	107
Температура застывания, °С, не выше	ГОСТ 20287	Минус 55	Минус 60
Температура самовоспламенения, °С, не ниже	ТР.ТС 030/2012	220	252
Анилиновая точка, °С, не ниже	ГОСТ 12329	85	90,8
Общее содержание ароматических углеводородов, % масс, не выше	ГОСТ Р ЕН 12916	3,0	0,1
Массовая доля серы, мг/кг	ГОСТ Р 51947	Отсутствие	Отсутствие
Температура начала кипения, °С, не ниже	ГОСТ 2177	200	208

Продолжение таблицы 10

1	2	3	4
Плотность, кг/м ³ при 15 °С	ГОСТ Р 51069	Не нормируется	814,4
Массовая доля хлорорганических соединений, мг/кг	ГОСТ Р 52247	Отсутствие	Отсутствие
Внешний вид	Согласно СТО п. 8.5	Однородная прозрачная жидкость без видимых посторонних включений	Однородная прозрачная жидкость без видимых посторонних включений

Из анализа данных таблицы 10 следует, что ECOPLUS соответствует всем требованиям к продукту для смазки буровых установок. Основа масляная для буровых установок ECOPLUS соответствует СТО 90961430-01-2020 с изм.1.

2.3 Анализ рынка

2.3.1 Анализ баланса спроса и предложения

Для понимания, какое количество действующих буровых установок, которым необходимы смазывающие вещества по характеристикам аналогичным продукту ECOPLUS необходимо обратиться к таблице 11, где указано число действующих буровых установок на территории России за 2019-2021 гг.

Таблица 11 – Количество буровых установок в России 2019–2021 гг.

Год	Количество
2019	1483
2020	1360
2021	1245

Из анализа данных таблицы 11 следует, что количество буровых установок России уменьшается год от года. Такое снижение количества действующих буровых установок связано со сложностью и стоимостью выполнения программы утилизации устаревшего бурового оборудования (постановление Правительства РФ № 1834 от 16.11.2020).

Чтобы детальнее разобраться с предложением на рынке смазочных жидкостей для буровых установок, следует обратиться к таблице 12, где приведены продажи смазок компаний-аналогов относительно ООО «Тольяттинский завод растворителей и масел» в тоннах за 2019-2021 гг.

Таблица 12 – Количество проданных товаров-аналогов ECOPLUS в тоннах компаниями в РФ 2019-2021 гг.

Компания	2019 г.	2020 г.	2021 г.
	Продано тонн	Продано тонн	Продано тонн
ООО «РеаСиб»	8,6	7,1	13
ООО «Шиханы-Ойл»	10,9	15,4	22,3
ООО «Тайга-Энерджи»	44	68,8	65,7

Из анализа данных таблицы 12 следует, что за 2019 г. суммарно было продано компаниями ООО «РеаСиб», ООО «Шиханы-Ойл» и ООО «Тайга-Энерджи» 63,5 тонн маловязких углеводородных основ для буровых растворов, за 2020 г. суммарно продано 91,3 тонны, а за 2021 г. – 101 тонна.

2.3.2 Анализ потребления

Существует 261 действующая нефтедобывающая компания, которая занимается добычей нефти на территории Российской Федерации [24]. Число буровых установок и количество потребляемого смазочного материала для буровых установок указаны в таблице 13.

Таблица 13 – Количество буровых установок и расход смазочного материала буровыми установками за 2019-2021 гг.

Компания	Количество буровых установок, шт.	Количество потребляемого смазочного материала, л.		
		2019 г.	2020 г.	2021 г.
ООО «Буровая компания «Евразия»	150 [20]	20 100	20 100	20 100
Компания ООО «Шлюмберже»	150 [21]	20 100	20 100	20 100
ПАО «Транснефть»	500 [22]	67 000	67 000	67 000
ПАО «Славнефть»	37 [23]	4 958	4 958	4 958

Из анализа данных таблицы 13 следует, что количество буровых установок у всех компаний статичное, с 2019 г. до 2021 г. осталось неизменным. Преобладающее большинство буровых установок для добычи нефти у компании ПАО «Транснефть».

Буровые установки испытывают сильные термические перегрузки, когда опускаются на глубину свыше 30 метров. Чтобы буровое долото проходило с меньшим износом на глубокое расстояние, следует буровую установку смазывать маслами.

По И-50А ГОСТ расход консистентной смазки не должен превышать отметки в 600 грамм на 10 литров потребляемого топлива. Одна буровая установка потребляет до 27 000 литров топлива в день. Средний показатель потребляемого топлива составляет 2 000 литров топлива в день. В среднем в году при работе буровой установки по графику 5 рабочих дней и 2 выходных, рабочее количество дней равняется 248. Буровая установка в год потребляет около 134 тонн смазки. На конец 2021 г. действующее количество буровых установок на территории РФ составляет 1245, следовательно, на все буровые установки в среднем потребляется смазочного материала около 167 000 тонн в год.

2.3.3 Анализ цен

Для более детального рассмотрения позиции на рынке компании ООО «ТЗРиМ» по продукту ECOPLUS требуется обратиться к таблице 14.

Таблица 14 – Анализ цен прямых конкурентов

Компания	Продукт	Цена
ООО «РеаСиб»	РС-230	84 000 руб./тонна
ООО «ПромНефтеХим»	СТО 00149765	100 000 руб./тонна
ООО «Шиханы-Ойл»	ТУ 2411-036	65 500 руб./тонна
ООО «ТЗРиМ»	ECOPLUS	80 000 руб./тонна
ООО «Славнефть-ЯНОС»	AUTOMAXX 9100	102 000 руб./тонна
ОЭП ПАО «СвНИИИМП»	Rosneft Drilltec B 2	75 000 руб./тонна
ООО Компания «Кондор»	ММ-1	120 000 руб./тонна
Clean Petrochemical Technologies	УМО 5R-15	90 000 руб./тонна
АО «ТАНЕКО»	Special	60 000 руб./тонна
ООО «АвтоСнаб М»	УЖК	50 000 руб./тонна

Из таблицы 14 следует, что компания ООО «ТЗРиМ» занимает среднерыночную позицию по продукту ECOPLUS, что позволяет конкурировать с компаниями-аналогами. Цены варьируются от 50 000 рублей за тонну до 120 000 рублей за тонну среди компаний-конкурентов.

2.3.4 Анализ конкурентной среды

Основные конкуренты ООО «ТЗРиМ»:

- ООО «Тайга Энерджи» - Российская трейдинговая компания, которая занимается импортом и экспортом нефтепродуктов и продуктов нефтехимии. Россия, г. Москва, Большой Саввинский переулок, 12, стр. 5.

- АО «ТАНЕКО» - компания нефтеперерабатывающей отрасли, имеющая влияние на экономику Татарстана, а также входит в группу "Татнефть". Россия, республика Татарстан, г. Нижнекамск, а/я 97, РУПС.
- ООО «РеаСиб» занимается разработкой и выпуском реагентов и материалов для компаний нефтедобывающей, строительной и аграрной областей. Россия, г. Томск, Кузовлевский тракт 2/25.

Были выбраны эксперты для оценки показателей, характеризующих конкурентную среду. Оценка производилась по 5-бальной шкале, где 5 – показатель развит на очень высоком уровне, 4 – показатель развит на высоком уровне, 3 – показатель развит на приемлемом уровне, 2 – показатель развит на низком уровне, 1 – показатель развит на очень низком уровне, 0 – показатель отсутствует. Оценка осуществлена по методу 4P: Product, Price, Place, Promotion - это четыре ключевых показателей, по которым конкуренты могут сравнивать друг друга, а также взяты несколько сторонних показателей. Взвешенная оценка равняется произведению балла на вес. Сравнение приведено в таблице 15.

Таблица 15 – Сравнение показателей конкурентной среды

Показатель	Вес	РеаСиб	ТАНЕКО	Тайга Энерджи
		Балл/взвешенная оценка	Балл/взвешенная оценка	Балл/взвешенная оценка
1	2	3	4	5
Product	0,15	2/0,30	4/0,60	4/0,60
Price	0,15	3/0,45	5/0,75	3/0,45
Place	0,05	3/0,25	4/0,20	3/0,25
Promotion	0,05	1/0,05	4/0,20	2/0,10
Платежеспособность потребителей	0,05	3/0,15	5/0,25	5/0,25
Использование методик для соответствию качества	0,10	2/0,20	4/0,40	3/0,30
Рентабельность продаж	0,15	3/0,45	4/0,60	5/0,75

Продолжение таблицы 15

1	2	3	4	5
Информативность сайта	0,05	2/0,10	3/0,15	4/0,20
Производственная мощность	0,10	3/0,30	5/0,50	4/0,40
Ассортимент	0,15	2/0,30	3/0,45	3/0,45
Итого балл/взвешенная оценка	1,00	24/2,55	41/4,1	36/3,75

Из анализа данных таблицы 15 следует, что суммарная оценка компании ООО «РеаСиб» равняется 24 баллам, АО «ТАНЕКО» 41 баллу, а ООО «Тайга Энерджи» - 36 баллам. Исходя из этой информации становится понятно, что лидирующее место в конкуренции с ООО «ТЗРиМ» занимает АО «ТАНЕКО». На втором месте – ООО «Тайга Энерджи». На третьем – ООО «РеаСиб». Из данных итоговых результатов взвешенной оценки следует, что наиболее конкурентоспособной компания-аналог является АО «ТАНЕКО».

Существует несколько показателей, по которым определяется степень качества: ASTM D 445, ASTM D 92, ASTM D 97, ГОСТ 12329, ASTM D 1500. В таблице 16 приведены данные сравнения ECOPLUS компании ООО «ТЗРиМ» и конкурентов с аналогичным продуктом.

Таблица 16 – Сравнение продуктов-аналогов ECOPLUS

Показатель	Метод	Тайга Энерджи	MudExpert	ТЗРиМ
		Значение	Значение	Значение
Кинематическая вязкость при 40 °С, мм ² /с	ASTM D 445	1,95	2,55	2,79
Температура вспышки в открытом тигле, °С	ASTM D 92	91	102	107
Температура застывания, °С	ASTM D 97	-88	-45	-67
Анилиновая точка, °С	ГОСТ 12329	82	75	91
Цвет	ASTM D 1500	0,0	0,0	0,0

Индекс вязкости - это широко используемый и принятый показатель изменения кинематической вязкости нефтепродукта при изменении температуры в пределах от 40 °С до 100 °С. Более высокое значение индекса вязкости указывает на меньшую зависимость кинематической вязкости смазочного материала от температуры.

Настоящий стандарт устанавливает метод определения температур вспышки и воспламенения нефтепродуктов в открытом тигле по методу Кливленда. Метод применим для нефтепродуктов, температура вспышки которых в открытом тигле выше 79°С, за исключением жидких топлив, температуру вспышки которых обычно определяют в закрытом тигле по ГОСТ 6356. Температуры вспышки и воспламенения указывают на способность вещества образовывать воспламеняющуюся смесь с воздухом в контролируемых условиях и затем поддерживать горение. Температура вспышки - это только показатель (из целого ряда), который используют для оценки общей воспламеняемости и горючести продукта.

Анилиновая точка - минимальная температура, при которой равные объемы анилина и испытуемого продукта полностью смешиваются при нормальных условиях.

Определение ароматических углеводородов методом анилиновых точек основано на определении температур взаимного растворения равных объемов анилина и растворителя до и после удаления из растворителя ароматических углеводородов.

Исходя из анализа данных таблицы 16, где показано сравнение продуктов трех компаний следует, что ECOPLUS не уступает, а даже превосходит в показателях «Кинематическая вязкость при 40 °С, мм²/с», «Температура вспышки в открытом тигле, °С» и «Анилиновая точка, °С» ECOPLUS лучше продуктов-аналогов, а в показателе «Температура застывания, °С» ECOPLUS уступает только продукту компании ООО «Тайга Энерджи».

2.3.5 SWOT-анализ

«SWOT-анализ - это внутренний обзор сильных и слабых сторон, возможностей и преимуществ организации» [27, с. 1]. Для более детального разбора SWOT-анализа компании ООО «ТЗРиМ» требуется обратиться к таблице 17, где приведены сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы деятельности компании.

Таблица 17 – SWOT-анализ ООО «ТЗРиМ»

Возможности	Сильные стороны
<ul style="list-style-type: none">– Вариативность продукта– Загруженность производства на 50%, что позволяет добавить новый товар	<ul style="list-style-type: none">– Наличие ремонтно-технического участка– Наличие очистных сооружений– Наличие лаборатории– Наличие административно-бытового комплекса– Круглосуточная бесперебойная и безаварийная работа– Высокий уровень безопасности– Определена стратегия развития компании
Угрозы	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none">– Экономический риск– Финансовый риск	<ul style="list-style-type: none">– Акцент сделан на продаже товаров для одной категории потребителей

Из анализа данных таблицы 17 следует, что компания ООО «ТЗРиМ» имеет собственные помещения, круглосуточную охрану и постоянно модернизирует свои продукты, а также оборудование для соответствия новым стандартам качества. Риск закрытия компании минимален, но возможен. Причиной тому может стать концентрация своих товаров на одной отрасли – нефтедобывающей, делать акцент на деятельность на удовлетворения именно их потребностей, хотя видна тенденция спада действующих буровых установок на территории РФ за 2019-2021 гг. из таблицы 11. Слабая сторона - большая доля клиентов представляют собой нефтедобывающий спектр, а вторая по значимости – ритейл бензина. Следовательно, две отрасли смежные,

а значит сложно в случае надобности переключиться на другую деятельность, так как основные мощности направлены под эти две категории потребителей. Возможность адаптирования по требованию заказчика какой-либо продукт, тем самым изменив его химический состав и, как итог, продукт. Соответственно, не нарушая ГОСТы и другие стандарты качества.

ООО «ТЗРиМ» - компания достаточно стабильная в своей деятельности и риски умеренно вероятны, но самая существенная и возможная угроза – финансовый риск. Компания имеет краткосрочные обязательства, которые значительно выше уровня капитала и резервов. Также возможен экономический риск, который заключается в снижении спроса продукции нефтедобывающих компаний, и как следствие сниженный спрос на смазку на буровых установках.

2.4 Маркетинговый план

2.4.1 Маркетинговое предложение

Учитывая специфику продукта, подойдет ограниченный перечень маркетинговых инструментов. Анализ спроса и предложения товаров-аналогов ECOPLUS на рынке позволяет сделать вывод о том, что реализация процесса продаж не будет требовать качественных вложений в инструменты продвижения. Достаточно добавить его в ассортимент на сайте компании, внести описание, также, возможно, сертификаты и видео с испытаний в лаборатории. Помимо этого, рассылать коммерческое предложение на почту компаний по добыче полезных ископаемых и дозваниваться до людей, принимающих решения по текущей и плановой работе буровых установок. Также участвовать в тендерах по виду деятельности компании ООО «ТЗРиМ» через распространенные Интернет-площадки такие как «ЕИС закупки» или «ОТС».

Текст для рассылки на электронные почты коммерческого предложения:
«Добрый день, уважаемый Иван Иванович!

В компании ПАО «Транснефть» используется 500 нефтедобывающих буровых установок, расположенных по всей стране. Каждой требуется смазочные материалы, которые не теряли бы свои химические свойства как при экстремально низких, так и при экстремально высоких температурах. Компания ООО «ТЗРиМ» ввела в линейку новый продукт ECOPLUS – маловязкая углеводородная основа для любых условий бурения. Малая вязкость дает оптимальные соотношения углеводородной и водной фаз, позволяя утяжелять РУО до высоких плотностей и обеспечивать экономное вовлечение МУОБР. Высокие смазывающие и антикоррозионные свойства обеспечивают надежную защиту оборудования.

Дополнительные преимущества ECOPLUS указаны в приложении А. Паспорт продукта – Приложение Б.

Цена продукта среднерыночная – 80 000 рублей за тонну. Доставка по всей России.

С уважением
генеральный директор
ООО «ТЗРиМ»

2.4.2 План продаж

Производственная мощность компании ООО «РеаСиб» 50 000 тонн в год, ООО «Тайга Энерджи» 500 000 тонн в год, ООО «Шиханы-Ойл» 70 000 тонн в год, а ООО «ТЗРиМ» 200 000 тонн в год, а количество проданных товаров-аналогов ECOPLUS от ООО «РеаСиб» 13 тонн за 2021 г. и 8,6 тонны за 2019 г., от «Шиханы-Ойл» 22,3 тонн за 2021 г. и 10,9 тонн за 2019 г. ООО «Тайга Энерджи» продала за 2021 г. 65,7 тонны, а за 2019 г. – 44 тонны. Исходя

из этих данных можно предположить, что у компаний есть обязательства по производству и поставке других продуктов, так как спрос полностью не удовлетворен на рынке относительно количества потребляемого товара-аналога ECOPLUS. В ООО «ТЗРиМ» можно определить первостепенную задачу – производство, продажа и поставка товара ECOPLUS, так как объем рынка еще позволяет занять место одного из главных поставщиков синтетических углеводородных основ для буровых установок. Производственная мощность на 25 мая 2022 г. на уровне 50%, что равняется 100 000 тонн в год. Следственно, методом кривой экспоненциального роста можно сделать прогноз плана продаж на 2023 г. План продаж приведен в таблице 18.

Таблица 18 – План продаж ECOPLUS на 2023 г.

Янв	Фев	Март	Апр	Май	Июнь	Июль	Авг	Сент	Окт	Нояб	Декаб
10 тонн	10 тонн	10 тонн	15 тонн	15 тонн	15 тонн	20 тонн	20 тонн	20 тонн	25 тонн	25 тонн	25 тонн

Из анализа данных таблицы 18 следует, что в 2023 г. ООО «ТЗРиМ» необходимо постепенно увеличивать план продаж равномерно и регулярно, а конкретнее каждый квартал на 5 тонн. Суммарное количество за год произведенных и проданных тонн будет составлять 210.

2.4.3 План продаж в разрезе регионов поставки

Итого 210 тонн по плану продаж за 2023 г. 1 тонна стоит 80 000 рублей. Чтобы детальнее разобраться, в какие регионы будет акцентироваться внимание по продаже и доставке ECOPLUS, следует обратиться к таблице 19.

Таблица 19 – План продаж на 2023 год по регионам РФ

Центральный	Северо-Западный	Южный	Северо-Кавказский	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальневосточный
0,5 млн. руб.	0,3 млн. руб.	1,2 млн. руб.	2,2 млн. руб.	2,5 млн. руб.	1,9 млн. руб.	5,2 млн. руб.	3 млн. руб.

Из анализа данных таблицы 19 следует, что общая сумма выручки составляет 16,8 млн. рублей при стоимости за тонну 80 000 рублей. По данным таблицы 19 ООО «ТЗРиМ» будет акцентировать продажи на Сибирский, Приволжский и Северо-Кавказский регионы, так как там сосредоточено наибольшее количество нефтедобывающих буровых установок и добывается наибольшее количество полезного ископаемого – нефти. В трех вышеуказанных регионах располагаются такие крупные компании по добыче нефти как Газпромнефть-Новосибирск, Промэко, Роснефть-Дагнефть Новосибирскнефтегаз, Томскнипинефть, Связьтранснефть, ЮГГео, Танеко, Диалл Альянс и другие.

2.5 Производственный план

2.5.1 Технология производства и оборудование

Чтобы понять, какое оборудование требуется для изготовления продукта ECOPLUS, требуется обратиться к таблице 20.

Таблица 20 – Требуемое оборудование для производства ECOPLUS

Наименование	Количество, шт.
Реактор для смешивания	1
Цистерна для хранения готового продукта	1

Из анализа данных таблицы 20 следует, что необходимо для создания продукта только 2 единицы оборудования: реактор, где происходит смешивание компонентов и цистерна, где хранится готовый продукт до отгрузки и отправки заказчику.

От изготовления до отгрузки заказчику ECOPLUS происходит несколько этап. Все этапы описаны в таблице 21.

Таблица 21 – Этапы производства ECOPLUS

Этап	Наименование	Описание
1	Смешивание	В основу продукта ECOPLUS входит изопарафиновое масло, которое разогревается до 40 °С, затем направляется в реактор. Следом добавляются присадки и реагенты, которые улучшают свойства масла. Происходит смешивание компонентов в реакторе.
2	Экспертиза	После изготовления конечного продукта, берется проба и отправляется на экспертизу на контроль качества.
3	Перегонка	После успешного прохождения контроля качества ECOPLUS отправляют в парк готовой продукции, где хранится до момента начала погрузки и отправки заказчику.

Из анализа данных таблицы 21 следует, что от изготовления до момента начала логистических цепей требуется 3 этапа. После каждого изготовления продукта в обязательном порядке берется до 10 мл на экспертизу, где проверяется соответствие на пригодность.

2.5.2 Логистика

Комплекс логистических мероприятий компании ООО «ТЗРиМ» представлены 3 этапами. Каждый этап и характеристика к нему приведена в таблице 22.

Таблица 22 – Этапы логистики ECOPLUS

Этап	Характеристика
1	2
Закупка	Изопарафиновое масло покупается оптом из Татарстана от компании АО «ТАНЕКО». Доставляется масло путем ж/д-сообщения или автотранспортом.
Производственный процесс	Между реактором и цистерной, где хранится готовая продукция проложены трубы. Трубы располагаются как под землей, так и над землей. Тянутся трубы на расстоянии около 11 километров. После смешивания химических компонентов, взятия на пробу для экспертизы готового продукта и его соответствию всем нормам, ECOPLUS перетекает по трубам в пустую цистерну, где хранится до момента отгрузки для реализации.
Реализация	После изготовления, продукт хранится в цистерне. Из локальной цистерны ECOPLUS перекачивается соединительным шлангом в автоцистерну. Следом из автоцистерны происходит перекачивание в вагон-цистерну, которая стоит на ж/д. Поезд отправляется до местоположения, которое согласовали с заказчиком. Также транспортировка готовой продукции компании ООО «ТЗРиМ» может осуществляться автотранспортом. В таком случае через логистическую компанию происходит поиск свободной и готовой автомашины.

Из анализа данных таблицы 22 следует, что логистика товара ECOPLUS состоит из трех этапов. Плюсом на этапе реализации имеется то, что транспортировка осуществляется через ж/д-сообщение. Для этого требуется лицензия АО «РЖД» на погрузку-разгрузку опасных грузов. Специальных условий перевозки таких как температурный режим или влажности воздуха нет.

2.5.3 Сырье и материалы

Чтобы понять из каких компонентов и в каком соотношении состоит продукт ECOPLUS, требуется обратиться к таблице 23.

Таблица 23 – Состав и соотношение компонентов ECOPLUS

Наименование	Соотношение, %
Изопарафиновое масло	96
Присадки	1
Ароматические углеводороды	3

Из анализа данных таблицы 23 следует, что ECOPLUS состоит из трех компонентов. Основную долю составляет изопарафиновое масло – 96%. ECOPLUS состоит из узкой фракции специфичных углеводородов – насыщенных изоалканов и циклоалканов, которые не склонны к биоаккумуляции.

2.5.4 Себестоимость продукции

«Понятие себестоимости продукции используется в экономике в трех важных смыслах для объяснения ее природы. Это: 1. Денежные издержки производства 2. Реальные издержки производства 3. Альтернативные издержки» [28, с. 1].

Себестоимость 1 тонны продукта ECOPLUS составляет 75 000 рублей.

В эту стоимость входит:

а) Затраты труда, средств и предметов труда на производство продукции на предприятии. К ним относятся:

- 1) Затраты на подготовку и освоение производства; затраты, непосредственно связанные с производством продукции (работ, услуг), обусловленные технологией и организацией производства, включая расходы по контролю производственных процессов и качества

выпускаемой продукции; расходы, связанные с изобретательством и рационализацией),

2) Расходы по обслуживанию производственного процесса, обеспечению нормальных условий труда и техники безопасности; расходы, связанные с набором рабочей силы, подготовкой и переподготовкой кадров; отчисления на государственное социальное и обязательное медицинское страхование; расходы по управлению производством и др.;

б) Расходы, связанные со сбытом продукции: упаковкой, хранением, погрузкой и транспортировкой (кроме тех случаев, когда они возмещаются покупателем сверх цены на продукцию); оплатой услуг транспортноэкспедиционных и посреднических организаций, комиссионными сборами и вознаграждениями, уплачиваемыми сбытовым и внешнеторговым организациям; расходы на рекламу, включая участие в выставках, ярмарках, и др.;

в) Расходы, непосредственно не связанные с производством и реализацией продукции на данном предприятии, возмещение которых путем включения в себестоимость продукции отдельных предприятий необходимо в интересах обеспечения простого воспроизводства.

В таблице 24 представлены данные о себестоимости отдельных статей на производство ECOPLUS.

Таблица 24 – Статьи расходов на производство ECOPLUS

Наименование	Затраты, руб.
Сырье	44 000
Затраты на оплату труда	6730
Логистика	16550
Прочие расходы	6820

Из анализа данных таблицы 24 следует, что наибольшие расходы следуют за материальными затратами. Суммарно затраты равняются 75 000 рублей. Затраты приведены на 1 тонну ECOPLUS.

2.6 Персонал

В компании ООО «ТЗРиМ» персонал делится на штатных сотрудников и сотрудников, работающих по аутсорсинговой системе. Количество штатного персонала – 3 человека. Количество персонала по аутсорсинговой системе – 33 человека.

Требуемый персонал для работы с полным циклом продукции:

- Генеральный директор компании. Генеральный директор руководит производственно-хозяйственной деятельностью компании. Также полностью ответственен за все принятые решения, результаты деятельности компании и сохранность имущества.
- Коммерческий директор. Коммерческий директор несёт ответственность за рекламу продукта, за доставку товара, также разрабатывает экономический и производительный план деятельности предприятия.
- Закупщик сырья. Закупщик сырья исполняет комплекс мер по приобретению сырья для производственного цикла, а также контролирует количество запасов сырья, необходимого для производства продукта в случае каких-либо затруднений с поставкой сырья до компании ООО «Тольяттинский завод растворителей и масел».
- Логист. Логист отвечает за этапы транспортировки продукта «Закупка» и «Реализация», описанные в таблице 22. Задачей логиста является поиск свободного транспортного средства, которое способно исполнить комплекс мер по перевозке продукта по указанному маршруту с конечным пунктом прибытия.
- Грузчик для погрузки-разгрузки сырья и готового продукта. Обязанности лица, занимающегося погрузкой и разгрузкой сырья и готовой продукции, заключаются в ответственности за погрузку и разгрузку товара, укомплектованности товара по соответствию правилам транспортировки перевозимых объектов таким как: климатические условия, влажность

воздуха, корректное соблюдение правил безопасности и сохранности продукта.

- Начальник смены по контролю исполнения. Начальник смены по контролю исполнения обеспечивает выполнение производственных указаний руководства компании химиками-технологами, соблюдение установленных норм и плану производству, и технологии производства продукта. Занимается организацией подготовки производства, рациональной загрузкой производственных мощностей и контролем по корректному функционированию оборудования.
- Химик-технолог. Задача химика-технолога следовать технологии производства продукта путем смешивания сырья в реакторе. Химик-технолог определяет пропорцию химических элементов для создания продукта. Также химик-технолог следит за показаниями на щитках приборов во время производственного процесса, чтобы показатели были в норме. По итогу работы химика-технолога продукт должен соответствовать требованиям, ГОСТ и другим показателям качества.
- Лаборант. Лаборант анализирует химический состав различных химических элементов и продуктов. Главной задачей лаборанта является проверка на соответствие предоставленных или самостоятельно отобранных образцов продукции или отдельно взятых химических элементов продукта технологическим нормам, стандартам безопасности и установленным руководством критериям.
- Охрана. Охрана соблюдает меры по проверке проходящих лиц через контрольно-пропускной пункт. Охрана ответственна за наблюдение и комплекс мер по сохранности безопасности территории и объектов компании ООО «ТЗРиМ».

Во второй главе произвелся анализ конкурентной среды, выявлены преимущества по сравнению с товарами-аналогами; произвелся SWOT-анализ по ООО «ТЗРиМ» в целом. Также описан весь производственный цикл ECOPLUS, описаны все три этапа логистических процессов: закупка,

производственный процесс и реализация. Указано, что нового оборудования для производства предлагаемого продукта не требуется. Требуемое для производственных процессов сырье описаны в таблице 23, а также указаны пропорции ECOPLUS. Объяснены статьи расходов, в совокупности которых формируется себестоимость продукта. Перечислен необходимый персонал для работы с полным циклом ECOPLUS с общим количеством сотрудников равным 36.

Глава 3 Финансовая модель и инвестиционное предложение

3.1 Инвестиционный план

3.1.1 Потребность в финансировании и структура оборотного капитала и график финансирования

Компания ООО «ТЗРиМ» покрывает свои расходы в течение ведения деятельности. У компании есть резервный фонд нераспределенной прибыли. Данные расчета таблицы 25 составлены для инвесторов, но пока обороты производства ECOPLUS не возрастут минимум на 100 тонн в месяц, компания сможет обеспечить все расходы самостоятельно. Для более детального разбора статей расходов необходимо обратиться к таблице 25.

Таблица 25 – График финансирования до первой продажи

Этап	Сумма, тыс. руб.	Дата необходимости поступления средств
Создание первого образца	63	1.08.2022
Подготовка	675	15.10.2022
Отгрузка пробной партии	77	30.10.2022
Итого	815	1.08.2022-30.10.2022

Этап «Создание первого образца» включает расходы на:

- Сырье.
- Логистические процессы.

Этап «Подготовка» включает расходы на:

- Сырье.
- Логистические процессы.
- Расходы на рекламу.

Этап «Отгрузка пробной партии» включает расходы на:

- Логистические процессы.

Также в каждом из этапов присутствуют расходы на:

- Оплату труда.
- Прочие расходы.

Из анализа данных таблицы 25 следует, что необходима итоговая сумма в 815 000 рублей. Расчеты представлены партией равной 10 тоннам 267 килограммам. Отгрузка первой пробной партии массой в 267 килограмм итого будет бесплатной для нефтедобывающих компаний. Затраты на оплату труда производятся не реже 2 раз в месяц.

3.2 Финансовый план

3.2.1 Выручка от реализации

Компания ООО «ТЗРиМ» планирует тест, получение всех необходимых документов и первую продажу своего продукта ECOPLUS во второй половине 2022 г. В таблице 26 будет приведена выручка с продаж ECOPLUS в том числе за неполный 2022 г. Для разбора плана выручки с реализации товара, необходимо обратиться к таблице 26.

Таблица 26 – Выручка от реализации ECOPLUS 2022-2024 гг.

Год	Выручка, тыс. руб.
2022	1 600
2023	16 800
2024	44 300

Выручка приведена из расчета стоимости 1 тонны 80 000 рублей. Первая выручка по плану продаж за 2022 г. произойдет в конце ноября 2022 г., равная 800 000 рублей за 10 проданных тонн, а с декабря 2022 г. норматив выполнения продаж станет 10 тонн и такой же план продаж с последнего месяца 2022 г. перейдет на январь 2023 г.

3.2.2 Операционные расходы

К операционным расходам относятся все траты, относящиеся к продаже товара. Чтобы детальнее разобраться в затратах на товар ECOPLUS за 2022-2024 гг. следует обратиться к таблице 27.

Таблица 27 – Операционные расходы на ECOPLUS

Год	Сумма, тыс. руб.
2022	1 399,6
2023	15 471,4
2024	41 761,4

Из анализа данных таблицы 27 следует, что наценка на товар составляет 6,25%, если сравнивать с таблицей 26. Абсолютное изменение значений таблиц 26 и 27 равны: 200 400 руб., 1 328 600 руб. и 2 538 600 руб.

3.2.3 Налоги, сборы и отчисления

Налоговые сборы ООО «ТЗРиМ» платит за штатный персонал. Компания находится на общем режиме налогообложения. Чтобы понять в каких пропорциях и сколько номинально за произведенных 10 тонн 267 килограмм уплачивает компания, следует обратиться к таблице 28.

Таблица 28 – Сумма налоговых сборов и пропорции

Вид налогов и отчислений	Ставка налога, %	Сумма, тыс. руб.		
		2022 г.	2023 г.	2024 г.
Налог на добавленную стоимость	20	20	210	554
Страховые взносы по видам обязательного страхования	30	174,4	418,6	418,6

Из анализа данных таблицы 28 следует, что суммарная уплата взносов за работников за 2022-2024 гг. составляет 1 011 600 руб. Расчет уплаты налогов по персоналу произведен на штатных сотрудников соответственно. Суммарно за 2022-2024 гг. потребуются уплатить НДС 784 000 руб. НДС по продукту ECOPLUS равен 1 000 рублей на 1 тонну, так как 5 000 руб. – наценка на товар, а 20% от 5 000 руб. – 1 000 руб.

3.2.4 Расчет финансовых потоков

Денежными потоками внутри компании распоряжается руководство компании – генеральный директор. Для того, чтобы понять сколько денежных средств и за какой год останется в виде чистого денежного потока по плану продаж за 2022-2024 гг., требуется обратиться к таблице 29.

Таблица 29 – Расчет денежных потоков за 2022-2024 гг.

Год	Выручка, тыс. руб.	Расходы, тыс. руб.	Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	Чистая прибыль, тыс. руб.
2022	1 600	1 574	26	20,8
2023	16 800	15 890	910	728
2024	44 300	42 180	2 120	1 696

Из анализа данных таблицы 29 следует, что чистая прибыль за 2023 г. по продукту ECOPLUS возрастет в 35 раз в сравнении с 2022 г. по двум причинам: 1) Поставки будут регулярными. С потребителями заключится контракт на год, что скажется на стабильности продаж; 2) В 2022 г. компания ООО «ТЗРиМ» совершит первую продажу в конце ноября, а в 2023 г. компания продает ECOPLUS целый год. Чистая прибыль за 2024 г. возрастет в 2,3 раза по сравнению с 2023 г., так как ООО «ТЗРиМ» заработает положительную репутацию, конкуренты нефтедобывающих компаний по-прежнему будут нуждаться в синтетических углеводородных растворах и могут заметить

разницу в продолжительности работы буровой установки в пользу конкурента, пользующимся ECOPLUS.

3.3 Оценка рисков

3.3.1 Анализ вероятности рисков

Существует несколько видов рисков для ведения деятельности компании, которые влияют на устойчивое развитие [29, с. 1], и которые делятся на 2 категории: систематические и несистематические. Систематические риски угрожают всей отрасли или рынку в целом.

Несистематические угрожают отдельно взятой компании. Систематические риски делятся на:

- Политические.
- Природные.
- Экономические.
- Юридические.

Систематические риски делятся на:

- Финансовые.
- Рыночные.
- Производственные.

Были выбраны эксперты для оценки показателей, характеризующих чувствительность к рискам ООО «ТЗРиМ». Оценка производилась в таблице 30 по 5-бальной шкале, где 5 – показатель очень низковероятен, 4 – показатель низковероятен, 3 – показатель умеренно вероятен, 2 – показатель высоковероятен, 1 – показатель очень высоковероятен, 0 – показатель отсутствует. Значение количества баллов:

- 7-13 баллов – компания очень подвержена рискам;
- 14-20 баллов – компания подвержена рискам;
- 21-25 баллов – компания умеренно подвержена рискам;

- 26-30 баллов – компания слабо подвержена рискам;
- 31-35 баллов – компания почти не подвержена рискам.

Таблица 30 – Оценка вероятности риска

Вид	Оценка
Политический	3
Экономический	1
Природный	5
Юридический	4
Финансовый	1
Рыночный	4
Производственный	3
Итого	21

Из анализа данных таблицы 30 следует, что суммарно ООО «ТЗРиМ» имеет итоговую оценку равную 21 баллу. Компания умеренно подвержена рискам.

3.3.2 Чувствительность к рискам

На примере компании ООО «ТЗРиМ» рассчитан NPV (Net Present Value), который показывает сумму дисконтируемых потоков платежей, приведенных к текущему времени. NPV рассчитывается по формуле:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - IC, \quad (7)$$

где NPV – сумма дисконтируемых потоков платежей, приведенных к текущему времени;

n – период жизненного цикла продукта, лет;

t – временной интервал, лет;

CF_t – денежный поток в t -й период, руб;

r – ставка дисконтирования;

IC – начальные инвестиции, руб.

Учитывая данные из таблицы 29 методом подстановки значений ниже приведен расчет NPV в тыс. руб. за 2022-2024 гг. при ставке дисконтирования 20% на примере ООО «Тольяттинский завод растворителей и масел» считается следующим образом:

$$0,2*(20,8+728+1\ 696)-815=981\ 481$$

В таблице 31 приведены изменения денежных затрат в процентном и натуральном выражениях с целью выявления наиболее зависимой статьи расходов относительно корреляции затрат.

Таблица 31 – Изменения денежных затрат в процентном и натуральном выражениях.

Статья расходов	-30%	-20%	-10%	0%	+10%	+20%	+30%
Объем продаж	687 036	785 184	883 332	981 481	1 079 629	1 177 777	1 275 925
Затраты на сырье	701 758	647 776	593 795	981 481	377 869	431 851	485 832
Затраты на логистические процессы	255 184	235 555	215 925	981 481	176 666	157 036	137 407

Из анализа данных таблицы 31 следует, что наиболее зависимая статья расходов относительно корреляции затрат в диапазоне от минус 30% до плюс 30% является статья «Затраты на сырье», поэтому, компании ООО «Тольяттинский завод растворителей и масел» следует контролировать изменчивость цен на сырье для продукта ECOPLUS и прогнозировать рост цен на сырье с целью оптимизации производственно-хозяйственной деятельности.

Заключение

На основе полученных аналитических данных бизнес-план продукта ECOPLUS является комплексным документом, обосновывающим эффективность, а также отдельные этапы внедрения и реализации предлагаемого продукта.

Степень проработки каждого раздела бизнес-плана потенциально влияет на точность практического комплекса мер по производству и реализации ECOPLUS. Маркетинговая часть бизнес-плана по предлагаемому продукту обосновывает план действий по продвижению товара на рынке. Производственный план описывает возможность осуществления бизнес-процессов, связанных с изготовлением товара, а также требуемый персонал, оборудование и комплекс логистических мероприятий.

Любой компании, когда вводится новый продукт, важны 2 показателя: выручка и чистые денежные потоки. Данные показатели по продукту ECOPLUS рассчитаны в таблицах 26 и 29 соответственно.

Все расчеты были произведены относительно продаж на российском рынке. При успешном введении и реализации ECOPLUS, при необходимости можно войти на иностранный рынок. В других государствах также добывают нефть, стоят нефтедобывающие буровые установки, которые также нуждаются в качественных смазочных материалах.

Преимущества ECOPLUS перед потребителями:

- Доставка по всей РФ.
- Малая испаряемость характеризует низкую пожароопасность и позволяет готовить и применять РУО в более широком интервале температур.
- Низкая температура застывания позволяет готовить и применять буровые растворы в условиях холодного климата, снижая вероятность внепланового простоя.

- По требованию заказчика корректируется химический или физический состав, но не нарушая требования ГОСТ и других методов определения качества продукта.

Преимущества ECOPLUS перед ООО «ТЗРиМ»:

- Добавляет новое направление по захвату рынка;
- Для производства продукта не требуется закупать новое оборудование. Достаточно имеющегося;
- Все этапы логистических процессов схожи с действующими логистическими процессами действующего перечня продукции.

Преимущества ECOPLUS перед окружающей средой:

- ECOPLUS состоит из узкой фракции специфичных углеводородов, насыщенных изоалканов и циклоалканов, которые не склонны к биоаккумуляции, а значит не влияет на продуктивность верхнего слоя почвы [30, с. 1]. В сочетании с практически полным отсутствием серы и «ароматики», применение ECOPLUS в качестве растворов на углеводородной основе исключает негативное техногенное воздействие на природу, что особенно актуально для морского шельфа;
- Раствор на углеводородной основе ECOPLUS и неосушенный буровой шлам имеют V и IV класс опасности по степени негативного воздействия на окружающую среду.

В общей сложности для работы с полным жизненным циклом продукта ECOPLUS потребуется 36 человек персонала.

Список используемой литературы и используемых источников

1. А. Кошечкова Оценка стоимости бизнеса: методы и подходы // Управляем предприятием. 2019. № 9. Режим доступа: URL: <https://upr.ru/article/ocenka-stoimosti-biznesa-metody-i-podhody/>
2. А.Б. Ярощук Современные подходы к оценке концепций менеджмента, ориентированных на оценку деятельности бизнеса // Научная электронная библиотека. 2018. № 5. с. 1-6.
3. А.Г. Мокроносов Бухгалтерский учет затрат на производство продукции и анализ её себестоимости // Министерство образования и науки Российской Федерации Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования. 2017. № 16. с. 1-76.
4. А.С. Вечканов Теоретические подходы к исследованию факторов стоимости бизнеса // Научная электронная библиотека. 2011. № 1. с. 1-6.
5. БКС Мир инвестиций Рыночные мультипликаторы: как оценить бизнес и выбрать акции // БКС Мир инвестиций. 2020. № 10. Режим доступа: URL: <https://bcs-online.ru/multiplikatory-akczij/>
6. Бухгалтерская отчетность за 2011-2021 гг. [Электронный ресурс] : Приказ Минфина РФ от 02.07.2010 N 66н. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/6321297643_ooo-tolyattinskiy-zavod-rastvoriteley-i-masel (дата обращения: 30.05.2022).
7. ГОСТ 12329-66 ИЗДАНИЕ с Изменениями N 1, 2, утвержденными в августе 1981 г., мае 1985 г. (ИУС 11-81, 10-85) URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200008703> (дата обращения: 07.05.2022).
8. ГОСТ 32500-2013 МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫЙ СОВЕТ ПО СТАНДАРТИЗАЦИИ, МЕТРОЛОГИИ И СЕРТИФИКАЦИИ (МГС) URL: <http://libnorm.ru/Files/568/56891.pdf> (дата обращения: 07.05.2022).
9. ГОСТ 4333-2014 (ISO 2592:2000) МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫЙ СТАНДАРТ URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200121333> (дата обращения: 07.05.2022).

10. Д.Я. Родин, И.Т. Трубилина, А.А. Карартынян, К.А. Хаджиев Методические подходы к оценке справедливой стоимости корпоративных институтов в условиях рыночной неопределённости // Научная электронная библиотека. 2021. № 2. с. 1-15.
11. И.И. Колесникова Оценка стоимости бизнеса // Научная электронная библиотека. 2003. № 3. с. 1-10.
12. К. Кудерина Оценка бизнеса – пошаговая инструкция как оценить стоимость бизнеса предприятия за 7 шагов + профессиональная помощь в оценке бизнеса // ХитёрБобёр.ru. 2019. № 8. Режим доступа: URL: <https://hiterbober.ru/legal-assistance/kak-provesti-ocenku-biznesa.html>
13. Л.Н. Межова Оценка бизнеса предприятия как инструмент для принятия эффективных управленческих решений // Научная электронная библиотека. 2016. № 6. с. 1-4.
14. Н.М. Чуйкова, А.И. Галушка Теоретический подход к исследованию факторов стоимости бизнеса // Научная электронная библиотека. 2019. № 4. с. 1-4.
15. Порядок регистрации ООО // Госуслуги. 2018. Ст 181.2 ГК РФ, ст 12 Федерального закона № 14-ФЗ. Режим доступа: URL: https://www.gosuslugi.ru/situation/kak_otkryt_svoe_delo/ООО/porjadok_registracii_ООО
16. Сайт petroleumengineers [Электронный ресурс]: URL: <https://www.petroleumengineers.ru/companies?page=5> (дата обращения: 26.05.2022).
17. Сайт компании АО «ТАНЕКО» [Электронный ресурс]: URL: <https://taneco.tatneft.ru/> (дата обращения: 26.05.2022).
18. Сайт компании ООО «Евразия» [Электронный ресурс]: URL: <https://bke.ru/> (дата обращения: 30.05.2022).
19. Сайт компании ООО «РеаСиб» [Электронный ресурс]: URL: <http://reasib.com/> (дата обращения: 26.05.2022).

20. Сайт компании ООО «Славнефть» [Электронный ресурс]: URL: <https://www.slavneft.ru/> (дата обращения: 30.05.2022).
21. Сайт компании ООО «Тайга Энерджи» [Электронный ресурс]: URL: <https://taugaenergy.com/> (дата обращения: 26.05.2022).
22. Сайт компании ООО «Тольяттинский завод растворителей и масел» [Электронный ресурс]: URL: <https://sintez74.ru/> (дата обращения: 28.04.2022).
23. Сайт компании ООО «Шлюмберже» [Электронный ресурс]: URL: <https://www.slb.ru/> (дата обращения: 30.05.2022).
24. Сайт компании ПАО «Транснефть» [Электронный ресурс]: URL: <https://www.transneft.ru/> (дата обращения: 30.05.2022).
25. Т.Г. Касьяненко, И.В. Григорьев Оценка стоимости бизнеса // Научная электронная библиотека. 2016. № 7. с. 1-6.
26. Cost of Production | Economics // Economics discussion. 2021. №30. Режим доступа: URL: <https://www.economicdiscussion.net/production/cost-of-production/cost-of-production-economics/25485>
27. D. Farquhar Independent assurance statement from our auditors // The Guardian. 2013. №28. Режим доступа: URL: <https://www.theguardian.com/sustainability/sustainability-report-2013-independent-assurance-statement>
28. G. Blokdyk Competitive Environment A Complete Guide // 5STARCooks. 2021. №26. с. 313.
29. J. Jervis Best bits: How to create the perfect business plan // The Guardian. 2012. №28. Режим доступа: URL: <https://www.theguardian.com/social-enterprise-network/2012/mar/20/best-bits-business-plan-starting-up>
30. S. Waage How can the value of nature be embedded in the world of business? // The Guardian. 2014. №27. Режим доступа: URL: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/finance-nature-no-value-natural-capital#comments>

Приложение А
Паспорт качества продукта

Таблица А.1 – Паспорт качества ECOPLUS

Наименование показателя	Метод испытаний	Норма НД	Значение
Вязкость кинематическая при 40 °С, мм ² /с, в пределах	ГОСТ 33	2,0-3,0	2,880
Температура вспышки, определяемая в открытом тигле, °С, не ниже	ГОСТ 4333	91	107
Температура застывания, °С, не выше	ГОСТ 20287	Минус 55	Минус 60
Температура самовоспламенения, °С, не ниже	ТР.ТС 030/2012	220	252
Анилиновая точка, °С, не ниже	ГОСТ 12329	85	90,8
Общее содержание ароматических углеводородов, % масс, не выше	ГОСТ Р ЕН 12916	3,0	0,1
Массовая доля серы, мг/кг	ГОСТ Р 51947	Отсутствие	Отсутствие
Температура начала кипения, °С, не ниже	ГОСТ 2177	200	208
Плотность, кг/м ³ при 15 °С	ГОСТ Р 51069	Не нормируется	814,4
Массовая доля хлорорганических соединений, мг/кг	ГОСТ Р 52247	Отсутствие	Отсутствие
Внешний вид	Согласно СТО п. 8.5	Однородная прозрачная жидкость без видимых посторонних включений	Однородная прозрачная жидкость без видимых посторонних включений

Приложение Б

Сводная информация об ECOPLUS

Маловязкая углеводородная основа для буровых растворов (МУОБР) ECOPLUS изготавливается на основе синтетического низкозастывающего масла.

ECOPLUS обладает малой вязкостью, низкой токсичностью и малой испаряемостью, что позволяет применять основу ECOPLUS для приготовления широкого спектра растворов для любых условий бурения.

Преимущества ECOPLUS:

- Малая испаряемость характеризует низкую пожароопасность и позволяет готовить и применять раствор на углеводородной основе (РУО) в более широком интервале температур.

- Малая вязкость дает оптимальные соотношения углеводородной и водной фаз, позволяя утяжелять раствор на углеводородной основе (РУО) до высоких плотностей и обеспечивать экономное вовлечение МУОБР.

- Низкое содержание ароматических углеводородов и отсутствие хлорорганических соединений характеризует малую токсичность готовых РУО, позволяя применять основу в наиболее ответственных условиях эксплуатации с самыми суровыми экологическими требованиями, в том числе на морском шельфе.

- Низкая температура застывания позволяет готовить и применять буровые растворы в условиях холодного климата, снижая вероятность внепланового простоя.

- Высокие смазывающие и антикоррозионные свойства обеспечивают надежную защиту оборудования.

- ECOPLUS характеризуется как безароматическая жидкость на основе узкой фракции парафинов, не содержащая посторонние примеси и токсичные вещества.

Продолжение приложения Б

– ECOPLUS относится к классу быстро-биоразлагаемых соединений. Синтетическая жидкость отвечает требованиям регуляторов OSPAR (Convention for the Protection of the Marine Environment of the North-East Atlantic) и HOCNF (Harmonized Offshore Chemicals Notification Format), регламентирующих деятельность в Северо-Восточной Атлантике, а также относится к категории E (наименьшая экологическая опасность) в соответствии с рейтингом OCNS (Offshore Chemical Notification Scheme for the North Sea).

– ECOPLUS – жидкость без цвета и запаха, практически не содержащая серу и ароматические углеводороды. В продукте нет известных канцерогенов (например, PAH – полиароматических углеводородов) или BTEX (бензола, толуола, этилбензола и ксилолов), что обеспечивает нейтральность жидкости в отношении персонала буровой установки.

– ECOPLUS состоит из узкой фракции специфичных углеводородов – насыщенных изоалканов и циклоалканов, которые не склонны к биоаккумуляции. В сочетании с практически полным отсутствием серы и «ароматики», применение ECOPLUS в качестве основы РУО исключает негативное техногенное воздействие на природу, что особенно актуально для морского шельфа.

– РУО на ECOPLUS и неосушенный буровой шлам имеют V и IV класс опасности по степени негативного воздействия на окружающую среду, согласно приказа Минприроды Российской Федерации от 4 декабря 2014 года № 536.

– РУО на ECOPLUS и неосушенный буровой шлам соответствуют IV классу отходов.