

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЯ АВТОМОЙКИ РУЧНОГО ТИПА

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
август 2009 г.**

г. Москва

STEP BY STEP





Содержание

Аннотация	5
<i>Суть проекта</i>	5
<i>Представленная информация</i>	5
Полное содержание исследования	6
<i>Список диаграмм</i>	8
<i>Список схем</i>	8
<i>Приложения</i>	8
Выдержки из Бизнес-плана	10
1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	10
<i>Суть проекта</i>	10
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	10
<i>Расчетные сроки проекта</i>	10
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг</i>	10
<i>Стоимость проекта</i>	11
<i>Источники финансирования проекта</i>	11
<i>Выгоды и риски проекта</i>	11
<i>Экономические показатели эффективности проекта</i>	11
ОПИСАНИЕ УСЛУГ	13
<i>Функциональное назначение услуг</i>	13
<i>Классификация автомоек</i>	13
<i>Сравнение ручных и автоматических автомоек</i>	13
<i>Виды услуг</i>	14
<i>Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования</i>	14
<i>Требования к контролю качества</i>	14
<i>Возможности для дальнейшего развития продукции</i>	14
<i>Патентно-лицензионная защита услуг</i>	14



АНАЛИЗ РЫНКА	15
<i>Анализ положения дел в отрасли.....</i>	<i>15</i>
Текущая ситуация в отрасли.....	15
Факторы, влияющие на отрасль.....	15
Сезонность автомоечного бизнеса.....	15
Тенденции развития отрасли.....	15
<i>Общие данные о рынке.....</i>	<i>15</i>
Объем рынка, потенциальная емкость рынка	15
Структура рынка.....	16
Ценообразование на рынке	16
<i>Конечные потребители.....</i>	<i>17</i>
Потенциальные потребители услуг	17
Сегментация потребителей по их потребностям	17
Оценка сегментов потребителей, их описание.....	17
Потребительские предпочтения основных сегментов потребителей.....	17
Выбор и обоснование целевого сегмента	17
<i>Анализ рынка</i>	<i>17</i>
МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН	18
<i>Уникальное достоинство услуги, позиционирование.....</i>	<i>18</i>
<i>Цены, ценовая политика. Обоснование цены на услуги.....</i>	<i>18</i>
<i>Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта услуги</i>	<i>18</i>
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.....</i>	<i>18</i>
ПЛАН СБЫТА	19
<i>Цены на конкретные услуги.....</i>	<i>19</i>
<i>Организация сбыта, каналы сбыта</i>	<i>19</i>
<i>План продаж на весь расчетный период (в соответствии с выбранными базовыми параметрами бизнеса).....</i>	<i>19</i>
ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ	20
<i>Описание производственного процесса.....</i>	<i>20</i>
<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов.....</i>	<i>20</i>



<i>Описание основных поставщиков и марок оборудования для автомоек.....</i>	<i>20</i>
<i>Оценка постоянных и переменных затрат при оказании услуг</i>	<i>21</i>
<i>План оказания услуг на расчетный период.....</i>	<i>21</i>
ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ	21
<i>Выбор и обоснование типа предприятия.....</i>	<i>21</i>
<i>Выбор и обоснование дополнительных сервисов.....</i>	<i>21</i>
ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА	22
<i>Организационная структура предприятия.....</i>	<i>22</i>
<i>Специализация, количество и состав сотрудников.....</i>	<i>22</i>
<i>Затраты на оплату труда.....</i>	<i>22</i>
ФИНАНСОВАЯ ЧАСТЬ БИЗНЕС-ПЛАНА	23
<i>Основные параметры финансовых расчетов.....</i>	<i>23</i>
<i>Доходная часть.....</i>	<i>23</i>
<i>Расходная часть (аренда помещения).....</i>	<i>23</i>
<i>График окупаемости проекта.....</i>	<i>24</i>
<i>Ключевые показатели проекта (аренда помещения).....</i>	<i>25</i>
Фрагменты Финансовой модели.....	26



АННОТАЦИЯ

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание проекта по предоставлению услуг по ручной мойке легковых машин и миниавтобусов в г. Москва на 4 поста в арендуемом помещении.

ПРЕДСТАВЛЕННАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рынка
2. Анализ рынка
3. Маркетинговый план открытия бизнеса
4. План сбыта
5. Производственная часть
6. Организационная структура предприятия
7. Финансовый план
8. Нормативная база
9. Организационный план

Кол-во страниц: 73 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 1 диаграмма, 10 таблиц, 3 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	ОГЛАВЛЕНИЕ	2		
2	РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	6		
	2.1	Суть проекта	6	
	2.2	Долгосрочные и краткосрочные цели проекта	6	
	2.3	Расчетные сроки проекта	6	
	2.4	Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг	6	
	2.5	Стоимость проекта	7	
	2.6	Источники финансирования проекта	7	
	2.7	Выгоды и риски проекта	7	
	2.8	Экономические показатели эффективности проекта	7	
3	ОПИСАНИЕ УСЛУГ	9		
	3.1	Функциональное назначение услуг	9	
	3.2	Классификация автомоек	10	
	3.3	Сравнение ручных и автоматических автомоек	10	
	3.4	Виды услуг	11	
	3.5	Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования	12	
	3.6	Требования к контролю качества	13	
	3.7	Возможности для дальнейшего развития продукции	13	
	3.8	Патентно-лицензионная защита услуг	14	
4	АНАЛИЗ РЫНКА	15		
	4.1	Анализ положения дел в отрасли	15	
		4.1.1	Текущая ситуация в отрасли	15
		4.1.2	Факторы, влияющие на отрасль	16
		4.1.3	Сезонность автомоечного бизнеса	16
		4.1.4	Тенденции развития отрасли	17
	4.2	Общие данные о рынке	18	
		4.2.1	Объем рынка, потенциальная емкость рынка	18
		4.2.2	Структура рынка	18
		4.2.3	Ценообразование на рынке	19
	4.3	Конечные потребители	20	
		4.3.1	Потенциальные потребители услуг	20
		4.3.2	Сегментация потребителей по их потребностям	20
		4.3.3	Оценка сегментов потребителей, их описание	20
		4.3.4	Потребительские предпочтения основных сегментов потребителей	21

	4.3.5	Выбор и обоснование целевого сегмента	22
	4.4	Анализ рынка	22
5	МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН		24
	5.1	Уникальное достоинство услуги, позиционирование	24
	5.2	Цены, ценовая политика. Обоснование цены на услуги.	24
	5.3	Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта услуги	24
	5.4	Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.	25
6	ПЛАН СБЫТА		26
	6.1	Цены на конкретные услуги	26
	6.2	Организация сбыта, каналы сбыта	26
	6.3	План продаж на весь расчетный период (в соответствии с выбранными базовыми параметрами бизнеса).	27
7	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ		28
	7.1	Описание производственного процесса	28
	7.2	Оценка и обоснование необходимых ресурсов	29
	7.3	Описание основных поставщиков и марок оборудования для автомоек	30
	7.3.1	Компания «Развитие»	31
	7.3.2	Чистая компания	32
	7.3.3	Ассоциация «Чистый мир»	32
	7.4	Требования к поставщикам оборудования	34
	7.5	Оценка постоянных и переменных затрат при оказании услуг	34
	7.6	План оказания услуг на расчетный период.	35
8	ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ		36
	8.1	Выбор и обоснование типа предприятия	36
	8.2	Выбор и обоснование дополнительных сервисов	36
9	ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА		37
	9.1	Организационная структура предприятия	37
	9.2	Специализация, количество и состав сотрудников	37
	9.3	Затраты на оплату труда	38
10	ФИНАНСОВАЯ ЧАСТЬ БИЗНЕС-ПЛАНА		40
	10.1	Основные параметры финансовых расчетов	40
	10.2	Доходная часть	40
	10.3	Расходная часть (аренда помещения)	40
	10.4	График окупаемости проекта	42
	10.5	Ключевые показатели проекта (аренда помещения)	43
11	НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ		44
	11.1	Нормативная база	44

	11.2	Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения, необходимые документы)	44
12	ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА		47
13	Приложение 1. Порядок оформления прав аренды на земельный участок в г. Москве и условия аренды земельного участка		48
14	Приложение 2. Должностные инструкции работников автомойки		57
	14.1	Менеджер (директор, управляющий) автомойкой	57
	14.2	Бухгалтер	60
	14.3	Кассир	62
	14.4	Мойщик	65
15	Приложение 3. Выдержки из Главы 26-2 НК «Упрощенная система налогообложения»		67

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Доли автомоек г. Москвы отдельно стоящих и находящихся в составе предприятий, в %

Список таблиц

Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль

Таблица 2. Стоимость работ, проводимых на автомойке

Таблица 3. Состав оборудования

Таблица 4. Штатное расписание

Таблица 5. Расходы на открытие

Таблица 6. Постоянные и переменные издержки (в месяц, из расчета на 70 автомобилей в день)

Таблица 7. График окупаемости проекта по месяцам, у. е.

Таблица 8. График окупаемости проекта по месяцам (NPV), у. е.

Таблица 9. Стоимость услуг по юридическому сопровождению получения необходимых согласований и разрешений и время согласования

Таблица 10. График работ по Проекту

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Схема организации производственного процесса

Схема 2. Организационная структура предприятия

Схема 3. Пример графика работы мойщиков

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1. Порядок оформления прав аренды на земельный участок в г. Москве и условия аренды земельного участка



Приложение 2. Должностные инструкции работников автомойки

Приложение 3. Выдержки из Главы 26-2 НК «Упрощенная система налогообложения»

ВЫДЕРЖКИ ИЗ БИЗНЕС-ПЛАНА

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание проекта по предоставлению услуг по ручной мойке легковых машин и миниавтобусов в г. Москва на 4 поста в арендуемом помещении.

Необходимая площадь – 180 м², работа 16 часов в сутки.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочные цели проекта: выход на рынок автомоек г. Москвы, создание положительного имиджа на рынке, получение стабильной прибыли.

Долгосрочные цели проекта: расширение спектра оказываемых услуг, максимизация доходов, получаемых от проекта

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетные сроки проекта составляют 2 года.

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) УСЛУГ

– **Продукт**

К достоинствам автомойки относятся удобное расположение, умеренные цены, современное оборудование, приятный внешний вид автомойки, высокая скорость и качество оказания услуг.

– **Цена** - В качестве базового метода ценообразования выбран метод «установления цен на основе уровня текущих цен». В соответствии с этим методом, в основу расчета цены на реализацию продукции положены цены конкурентов на рынке.

– **Сбыт** – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения.



- **Продвижение** – Главной целью рекламы на первом этапе является информирование потенциальных потребителей о вновь создаваемом предприятии и перечне предлагаемых услуг с указанием уникальных достоинств.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Стоимость проекта составляет у.е.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды:

- получение стабильной прибыли
- создание известного «имени» автомойки
- закрепление на рынке автоуслуг с перспективой открытия сопутствующих автомойке бизнесов (магазин, автосервис, кафе и т.д.)

Риски:

- неудачное позиционирование
- высокая конкуренция
- подбор недостаточно квалифицированного персонала
- форс-мажорные обстоятельства

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- Принятая в проекте ставка дисконтирования 15%
- Срок окупаемости проекта
... месяцев без учета дисконтирования
... месяцев с учетом дисконтирования
- Внутренняя норма рентабельности IRR, год. – ...% для срока жизни проекта
... месяца
- Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ...% для срока жизни проекта
... месяца.



- Чистая текущая доходность (NPV) – \$.... для срока жизни проекта ... месяца.

Данный Бизнес-план разработан с учётом влияния кризисных явлений и, как следствие, даёт возможность создания бизнеса с хорошими перспективами развития.

Подготовленный специалистами нашей компании данный Бизнес-план **проверен ведущими экспертами рынка.**

Кроме того, к готовому бизнес-плану прилагается уже заполненная **Финансовая модель.** Данная Финмодель демонстрирует все произведённые расчеты и **даёт возможность изменять любые исходные параметры** для каждой конкретной ситуации. Также она **позволяет корректировать бизнес-процессы** непосредственно во время создания данного бизнеса и его дальнейшего функционирования и развития.



ОПИСАНИЕ УСЛУГ

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ УСЛУГ

Каждый автомобиль периодически нуждается в мойке. Причем некоторые владельцы автомобилей предпочитают это делать самостоятельно, а некоторые пользуются услугами автомоек. В любом случае никто не любит «грязные машины» и тут дело не только в эстетическом восприятии, но так же в вопросах соблюдения правил дорожного движения. В соответствии с правилами дорожного движения (ПДД), например, водитель может быть наказан за езду с "нечитаемыми номерными знаками".

.....

КЛАССИФИКАЦИЯ АВТОМОЕК

Основные типы автомоек, представленных в Москве:

- **Автомойка ручного типа.** Ручные автомойки, где человек играет ключевую роль в процессе мытья автомобиля, всё еще довольно распространены в Москве. Вся основную работу делает человек, поэтому многое зависит от совести и навыков работника. Уважающие себя автомойки при этом вынуждены тщательно подбирать кадры, чтобы обеспечить максимальное качество обслуживания. Следующий недостаток - время ожидания, а значит и количество машин, помытых в течение часа.

-

СРАВНЕНИЕ РУЧНЫХ И АВТОМАТИЧЕСКИХ АВТОМОЕК

Автоматический автомойки

Автоматические мойки привлекательны в первую очередь своей производительностью (от 12 машин в час и больше), но чтобы оснастить пост автоматической портальной мойкой фирмы Karcher, придется потратить не меньше \$100 тыс.

.....



Виды услуг

Планируется предоставлять высококачественные услуги по помыву легковых автомобилей и миниавтобусов на 4 постах ручной мойки.

- ...

Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования

....

Требования к контролю качества

....

Возможности для дальнейшего развития продукции

....

Патентно-лицензионная защита услуг

Получение лицензий на оказание данных видов услуг не требуется.

АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

- В 2006 году в Москве работало 1250 автомоек, причём 300 из них были автоматическими. В 2007 г. ...

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль

Положительное влияние	Отрицательное влияние
Рост числа автомобилей	Высокая стоимость аренды земли
Тенденция ускорения темпа жизни, когда выбор отдается быстроте и качеству	Импортное оборудование плохо приспособлено к нашей воде

СЕЗОННОСТЬ АВТОМОЕЧНОГО БИЗНЕСА

Значительное влияние на величину спроса на услуги автомойки оказывает **сезонный и погодный факторы**.

...

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

В Москве самые высокие в России темпы роста автопарка – 120-150 тысяч автомобилей в год, что составляет 5-6% годового прироста. На сегодняшний день количество автомобилей на 1000 жителей в Москве достигло 300. Это говорит о том, что растет целевая аудитория автомоек, что не может не способствовать развитию бизнеса.

....

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

ОБЪЕМ РЫНКА, ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ ЕМКОСТЬ РЫНКА

....



СТРУКТУРА РЫНКА

На рынке представлены как отдельно стоящие мойки, так и объекты в составе АЗС, при станциях автосервиса, гаражно-строительных кооперативах, а также мойки на грузовых автопредприятиях (см. диаграмму 1).

....

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

Разброс цен на услуги автомоек в Москве большой.

....



КОНЕЧНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ УСЛУГ

...

СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ИХ ПОТРЕБНОСТЯМ

...

ОЦЕНКА СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ИХ ОПИСАНИЕ

...

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Для представителей **первого сегмента** автовладельцев, кроме качества работ, важны и возможность ожидания в комнате отдыха, в кафе, наличие удобных подъездов к автомойке, дизайн, интерьер помещения, общее оформление автомойки, ну и, конечно, качество сервиса.

...

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕВОГО СЕГМЕНТА

...

АНАЛИЗ РЫНКА

Организаций, имеющих больше трех моек, всего около десяти. Лидером столичного рынка можно назвать ООО «Дилан-Люкс». Также можно назвать компании «Столичные инвестиции», «Фаберон» и «Грейтек». Остальные сетевые имеют по 2-3 мойки. Около 30 московских компаний имеют автомойки в составе своих небольших сетей АЗС. К ним относятся, например, заправочные комплексы ВР компании «ПетролКомплекс», заправки ассоциации «Гранд» и заправки «Дилан-Люкс».

...



МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНОЕ ДОСТОИНСТВО УСЛУГИ, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

К достоинствам автомойки относятся:

- удобное расположение
- умеренные цены
- современное оборудование
- приятный внешний вид автомойки
- высокая скорость и качество оказания услуг.

....

ЦЕНЫ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА. ОБОСНОВАНИЕ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ.

....

ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОДАЖ, ОБОСНОВАНИЕ ГАРАНТИЙ СБЫТА УСЛУГИ

Скорость и качество услуг связаны с профессионализмом мойщиков, что требует затрат на их обучение. Высокое качество услуг напрямую влияет на увеличение числа постоянных клиентов. Современное оборудование и приятный внешний вид автомойки формируют позитивное отношение к предприятию.

...

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ.

...

В первые 3-4 месяца работы можно распространять информационные листовки по почтовым ящикам окрестных домов, буклеты по ближайшим супермаркетам (предварительно договорившись с руководством), автостоянкам и ГСК. В буклетах можно разместить купон на льготное обслуживание или скидку.

ПЛАН СБЫТА

ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ УСЛУГИ

Стоимость услуг варьируется в зависимости от класса обслуживаемых автомобилей, который определяется в зависимости от размера автомобиля (малый, средний и большой) и страны производителя (отечественный автомобиль и страны СНГ и иномарка)

Таблица 2. Стоимость работ, проводимых на автомойке

Вид услуги	Цена, руб.		
	Класс 1	Класс 2	Класс 3
Ополаскивание			
Мойка кузова			
Мойка ковриков			
Мойка стекол			
Уборка салона			
Чистка багажника			
Чистка колесных дисков			
Полировка кузова			
Мойка двигателя			
Снятие антикоррозийной смазки			
Удаление с кузова битумных пятен			
«Антидождь»			
Заливка незамерзающей жидкости в бачки обмыва стекол			
Подкачка шин			
Продувка замков			
Обработка замков спец. средством, предотвращающим замерзание			
Химчистка салона			

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА, КАНАЛЫ СБЫТА

...

ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД (В СООТВЕТСТВИИ С ВЫБРАННЫМИ БАЗОВЫМИ ПАРАМЕТРАМИ БИЗНЕСА).

...

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА

Автомойку на 4 поста планируется разместить на площади 180 кв.м. Вся площадь разбивается на следующие помещения: 4 поста каждый размером 6,5 м. на 4,5 м., помещение для клиентов, для администратора, персонала мойки, электрощитовая, водонапорный узел, санузел и помещение для размещения оборудования.

...

ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

В любом случае, независимо от того, арендуется ли помещение для автомойки или строится, большое значение имеет выбор ее месторасположения. В г. Москве данные сервисные объекты по городу неравномерно. В спальных районах их не хватает, и это сейчас главный резерв для развития рынка.

...

Таблица 3. Состав оборудования

Оборудование	Количество	Сумма
Ручная мойка (с нагревом воды) Kaercher		
Система очистки и рециркуляции воды		
Водопылесос		
Химчистка (моющий пылесос)		
Компрессор		
ИТОГО		

....

ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ПОСТАВЩИКОВ И МАРОК ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ АВТОМОЕК

.....

ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ ПРИ ОКАЗАНИИ УСЛУГ

Постоянные затраты:

...

Постоянные затраты составляют ориентировочно 295 980 руб. в месяц.

Переменные затраты:

...

План оказания услуг на расчетный период.

....

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

...

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ СЕРВИСОВ

...

ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

...

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, КОЛИЧЕСТВО И СОСТАВ СОТРУДНИКОВ

...

Схема 1. Пример графика работы мойщиков

Смена 1 поста	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	и т.д.
1 смена: 8.00-16.00	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	...
2 смена: 16.00-0.00	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	...

Более подробно должностные права и обязанности сотрудников автомойки описаны в Приложении в соответствующих должностных инструкциях.

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

....

ФИНАНСОВАЯ ЧАСТЬ БИЗНЕС-ПЛАНА

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ ФИНАНСОВЫХ РАСЧЕТОВ

...

ДОХОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ...

РАСХОДНАЯ ЧАСТЬ (АРЕНДА ПОМЕЩЕНИЯ)

Таблица 4. Расходы на открытие

№	Статья затрат	Сумма, у.е.
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
Итого затрат на открытие		

Таблица 5. Постоянные и переменные издержки (в месяц, из расчета на 70 автомобилей в день)

Текущие затраты в месяц		
№	Статья затрат	Сумма, у.е.
1		
2		
3		
4		
5		
6		

ГРАФИК ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА

Таблица 6. График окупаемости проекта по месяцам, у. е.

Месяц	Расходы, у.е.	Доходы, у.е.	Налог на прибыль, у.е.	Итого, у.е.	Прибыль до налогов, у.е.
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					

Таблица 7. График окупаемости проекта по месяцам (NPV), у. е.

Чистый денежный поток (ЧДП), у.е.	ЧДП нарастающим итогом, у.е.	Норма дисконт-я год	Норма дисконт-я месяц	Коеф-т приведения	Дисконт-ый ЧДП, у.е.	NPV, у.е.
-20 568						
-20 568						
-6 165						
-1 305						

ФРАГМЕНТЫ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ

R13C4																
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	цена закупки цыпленка		6			Уолуга	Цена, у.е.	Доля в об								
2	цена продажи 1 кг мяса		2,35			Месо пол	2	50%								
3	цена продажи 10 яиц		0,6			Субпродук	1,5	10%								
4	Цена 1 кг корма		0,15			Полуфаб	3	40%								
5	Привес на момент убоя кг		3,8			Итого, цен	2,35									
6	норма корма на 1 птицу в		0,2													
7	яйценоскость 1 птицы в го		150													
8																
9	производство кур (откорм)				производство яиц				производство цыплят							
10	Месяц	Производство, шт	Набранный вес	Доход	Месяц	Закупка	Яйценоскость	ИТОГО	Месяц	колво	цена продажи	Итого	ОБЩИЕ ДОХОДЫ			
11	13				13	10 000	125 000	5 859	13	1 000	6 000	6 000	11 859			
12	14	140 000	504 000	1 184 400	14		125 000	5 859	14	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
13	15				15		125 000	5 859	15	1 000	6 000	6 000	11 859			
14	16	140 000	504 000	1 184 400	16		125 000	5 859	16	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
15	17				17		125 000	5 859	17	1 000	6 000	6 000	11 859			
16	18	140 000	504 000	1 184 400	18		125 000	5 859	18	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
17	19				19		125 000	5 859	19	1 000	6 000	6 000	11 859			
18	20	140 000	504 000	1 184 400	20		125 000	5 859	20	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
19	21				21		125 000	5 859	21	1 000	6 000	6 000	11 859			
20	22	140 000	504 000	1 184 400	22		125 000	5 859	22	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
21	23				23		125 000	5 859	23	1 000	6 000	6 000	11 859			
22	24	140 000	504 000	1 184 400	24		125 000	5 859	24	1 000	6 000	6 000	1 196 259			
23	25				25		125 000	5 859	25	1 000	6 000	6 000	11 859			
24	26	140 000	504 000	1 184 400	26		125 000	5 859	26	1 000	6 000	6 000	1 196 259			

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1									
2	Свод доходы-расходы								
3	Месяц	Расходы, у.е.	Доходы, у.е.	Налог на прибыль, у.е.	Итого, у.е.	Прибыль до налогов, у.е.		Чистый денежный поток (ЧДП), у.е.	ЧДП нарастающим итогом, у.е.
19	16	177 235	242 352	15 628	260 604	65 117	531 704	49 489	280 604
20	17	177 235	242 352	15 628	330 093	65 117		49 489	330 093
21	18	177 235	242 352	15 628	379 583	65 117		49 489	379 583
22	19	177 235	242 352	15 628	429 072	65 117	531 704	49 489	429 072
23	20	177 235	242 352	15 628	478 561	65 117		49 489	478 561
24	21	177 235	242 352	15 628	528 050	65 117		49 489	528 050

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов MA Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru)