



Бизнес-план строительства автокомплекса

Содержание:

Маркетинговое исследование строительства автокомплекса.

Преимущества участка строительства

Схема участка

Макет застройки

Бизнес план строительства автокомплекса

Бизнес план кафе

Технико-экономическое обоснование проекта.

ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН.

План персонала.

ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕМ СБЫТА (в месяц)

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.

Финансово-экономические риски

Бизнес план АЗС

Стоимость строительства АЗС

Франчайзинг

Где и почему брать бензин?

Безопасность

Кадры

Контроль

Нормы продаж

Профессиональные хитрости

Бизнес план автосервиса

Состояние и структура рынка

Старт бизнеса

Первоначальные вложения

Секреты бизнес-процесса

Бизнес план автомойки

Маркетинговое исследование строительства автокомплекса.

Строительство автозаправочной станции.

Строительство автосервиса (магазин автозапчастей, магазин масел и горюче-смазочных материалов, мойка автомашин, пункт шиномонтажа).

Придорожное кафе.

Охраняемая автостоянка.

Расположение участка строительства

Место строительства находится на въезде в г. Почеп, вблизи трассы М 13(Брянск-Гомель). Расстояние до границы с республикой Белоруссия составляет 150 км, с Украиной 100 км. Расстояние до г. Брянска 80 км, до г. Москвы 500 км. Участок располагается вблизи железно-дорожных путей (на участок заходит рабочий тупиковый путь).

Преимущества участка строительства:

1) Расположение вблизи автомобильного транспортного пути (по трассе М13 ежедневно проходит около _____ большегрузных автомобилей, большинство которых направляются в Москву из Белоруссии и Украины, а также обратно (предоставлена справка с таможенных постов Украины и Белоруссии о количестве машин проходящих таможенный контроль))

2) Расположение в черте города (население составляет 12 тыс. человек, следовательно, вопрос о найме людей на работу особых трудностей составлять не будет; в населённом пункте только одна автозаправочная станция (находится в аварийном состоянии, не отличается хорошим качеством горючего), само население также будет пользоваться услугами автокомплекса)

3) Расположение вблизи железнодорожных путей (на участок заходит рабочий тупиковый путь). Возможен вариант складирования грузов, перевозимых по железной дороге, причём, вагон можно загнать прямо на склад.

4) Пост ГИБДД находится на расстоянии 1 000 метров от участка. При строительстве придорожного кафе и автостоянки важную роль играет проблема охраны комплекса.

5) Перспективы развития города (строительство в городе завода по переработке химического оружия). В Почепском районе находится склад химического оружия. Выделены средства и планируется начало строительства завода по его переработке. Город будут посещать специалисты из разных городов страны, которым требуется полноценный отдых.

Бизнес план строительства автокомплекса

Строительство автозаправочной станции и комплекса по оказанию дополнительных услуг автовладельцам, в который входят:

- магазин автозапчастей;*
- мойка автомашин;*
- пункт шиномонтажа;*
- Круглосуточное кафе*
- *Охраняемая автостоянка*

1. Обзор

1.1. Цель проекта

Строительство автозаправочной станции и комплекса по оказанию дополнительных услуг автовладельцам, в который входят:

- магазин автозапчастей;*
- мойка автомашин;*
- пункт шиномонтажа;*
- круглосуточное кафе*
- охраняемая автостоянка.*

Строительство автокомплекса предполагается осуществить в Брянской области почепского района на основе новейшего оборудования и европейских технологий.

Цель проекта — удовлетворение потребностей автовладельцев данного района в бензине, дизельном топливе и других горюче-смазочных материалах, а также в дополнительных услугах.

В качестве источников финансирования *проекта* будут использоваться собственные и привлеченные средства.

Общая продолжительность *проекта* — 18 месяцев.

Возврат *инвестиционных* средств осуществляется из прибыли с 4-го месяца *проекта*.

1.2. Пути к успеху

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

Одной из главных задач *проекта* является определение чувствительности показателей эффективности к изменениям различных параметров. Чем шире диапазон параметров, в котором показатели эффективности остаются в пределах приемлемых значений, тем выше «запас прочности» *проекта*, тем лучше он защищен от колебаний различных факторов, оказывающих влияние на результаты реализации *проекта*. Анализируя настоящий *проект*, можно сделать выводы, что *он* устойчив к изменению почти всех показателей (издержки, ставка кредита, налоги и т.д.) даже при отклонении в 20 %, т.к. чистый доход всегда остается положительным.

2. Анализ рынка

2.1. Рыночная сегментация

Потребителями продукта являются автовладельцы.

Исходя из имеющихся возможностей, а также из уровня спроса и предложения и тенденций их изменения, компания планирует ежедневно продавать по 8 тонн нефтепродуктов.

3. Анализ стратегии рынка проекта

3.1. Конкуренты

В районе планируемого *строительства* АЗС конкуренция незначительна(не большое количество АЗС и кафе).

4. Финансовый анализ

Стоимость *проекта*, основные статьи расходов (\$)

	<i>Инвестиционный капитал</i>	Стоимость \$
1	Сумма инвестиций	326 000
2	Расчистка и оборудование площадки	11 000
3	АЗС	220 000
4.	Шиномонтаж	5 000
5	Мойка	5 000
6.	Круглосуточное кафе	30 000
7	Охраняемая автостоянка	5 000
8.	Закупка сырья, получение лицензий	50 000

Бизнес план кафе.

Бизнес-план посвящен открытию пункта общественного питания, а именно нового придорожного кафе-бара, в г. Почепе. Данный проект планируется реализовать без образования юридического лица для уменьшения налогообложения и упрощения финансовой отчетности.

Планируемый объем выручки в месяц при достижении производственной мощности будет составлять около 350 тысяч рублей. Производственная мощность по проекту будет достигнута в течение 3-х месяцев.

Общая стоимость проекта составляет 500 тысяч рублей. Планируется, что источником финансирования проекта будет коммерческий банк или инвестиции частных предпринимателей.

Проведенный анализ рынка сбыта показал, что на трассе М13 «Брянск – Гомель» при существующих точках общественного питания спрос превышает предложение, и на сегодня эта ниша рынка еще не занята, а следовательно жесткой конкурентной борьбы не ожидается.

Конкурентоспособность фирмы обеспечивается: удобством расположения, высокими вкусовыми качествами блюд, уровнем качества сервиса и обслуживания, что по сравнению с другими конкурентами дает большие преимущества. Еще одной отличительной чертой данного кафе

будет круглосуточный график работы.

Персонал фирмы комплектуется из высококвалифицированных работников (особенно это касается шеф-повара и помощника повара, а также официантов). Общая численность наемного персонала – 12 человек.

Срок окупаемости проекта менее года (около 11 месяцев).

Технико-экономическое обоснование проекта.

Исходя из опыта работы в американских барах-ресторанах, быстрой окупаемости подобных заведений, большого спроса и высоких прибылей, было решено разработать проект. Проект предполагает создание точки общественного питания – кафе.

Данный проект планируется реализовать без образования юридического лица для уменьшения налогообложения и упрощения финансовой отчетности.

Для финансирования проекта планируется взять льготный кредит в сумме 500 тысяч рублей сроком на 1 год под 26 % годовых

Для организации производства требуется приобрести:

технологическое оборудование (микроволновая печь, холодильная камера «витрина», разделочный инструмент, посуда, полки для посуды, посудомоечное оборудование);

мебель (столы, стулья, барная стойка);

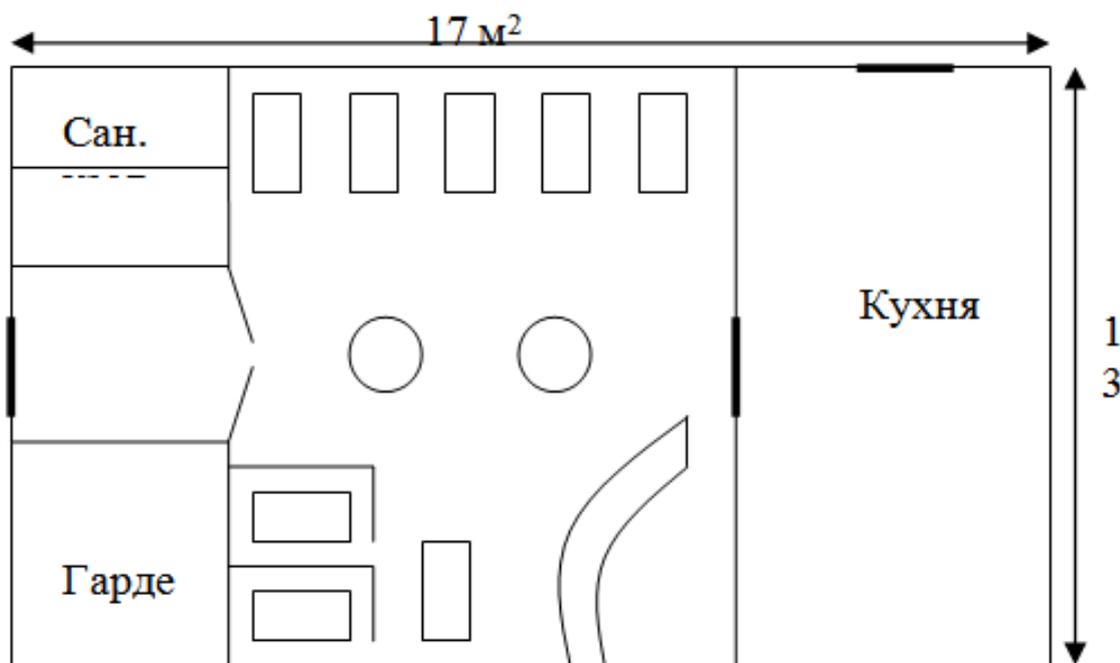
произвести ремонт помещения направленный на улучшение интерьера.

Основные требования к персоналу - наличие необходимой профессиональной квалификации. Для обеспечения профессионализма работников возможны тренинги и возможный рост по служебной лестнице наподобие стратегии сети ресторанов быстрого питания «McDonald's». Общее количество создаваемых рабочих мест, включая руководителя - владельца свидетельства на частную предпринимательскую деятельность - 13 человек.

Место строительства находится на въезде в г. Почеп вблизи трассы М

13(Брянск-Гомель). Это обусловлено тем, что в данном районе существует нехватка подобных заведений. Целью создания кафе является удовлетворение данного спроса.

Главным преимуществом нового проекта считается удобное расположение, быстрое обслуживание, невысокие цены и качество продукции.



От других кафе данный проект будет отличаться тем, что будет использоваться американский стиль обслуживания. Одним из важнейших показателей такого стиля является система чаевых. Планируется 10% суммы счета приплюсовывать к общей сумме в качестве платы за сервис. Это будут небольшие суммы, но они значительным образом повысят мотивацию труда у официантов, требовательность к качеству обслуживания у клиентов. Будет выработаться новая культура потребления, подстегивая рост качества обслуживания, что дает огромное преимущество перед конкурентами.

Основные клиенты кафе – водители большегрузных автомобилей.

ОПИСАНИЕ ПРОДУКТА.

Упрощенный список продуктов приведен в *таблице 1*. Номенклатура продуктов по каждому типу составляет от 5 до 15 наименований. Срок выхода на проектную мощность 2 месяца. В кафе планируется продажа элитных сортов товаров. Объемы сбыта продукции в количественном выражении приведены в *таблице 2*.

Таблица 2.

СПИСОК ПРОДУКТОВ.

Наименование продукта	Единицы измерения продуктов.	Цены (в рублях)
Кофе	Чашка	6,00
Кофе из свежемолотых зерен	Чашка	25,00
Кофе капучино	Чашка	25,00
Мороженное	Порция	От 8,00
Коктейли молочные	250г	От 10,00
Пирожное	шт.	От 8,00
Бутерброды	шт.	От 8,00
Горячие блюда	порция	От 15,00
Десертные блюда	порция	От 12,00
Вино	бутылка	От 70,00
Пиво	бутылка	От 25,00
Окорочка гриль	порция	35,00
Салаты	порция	От 15,00
Фрукты	250г.	От 9,00
Пельмени	Порция	От 14,00
Позы	Порция (3 шт.)	50,00
Пицца	порция	От 24,00
Суп	250г.	От 9,00
Борщ	250г.	10,00
Шампанское	бутылка	От 95,00

Инвестиционный план.

В подготовительный период необходимо выполнить следующий объем работ:

- получить кредит
- заключить договор на аренду помещения;
- закупить необходимое для организации производственного процесса оборудование;
- произвести ремонт помещения;
- закупить мебель;
- произвести подбор персонала;
- заключить договора на поставку сырья и расходных материалов;
- получить разрешения на продажу продуктов питания, спиртных напитков и оказание услуг в сфере общественного питания.

Порядок, длительность и стоимость этапов отражены в календарном плане в таблице 4.

Таблица 4.

Календарный план.

№	Наименование этапа	Длительность (дней)	Дата начала	Дата окончания	Стоимость этапа (тыс. руб.)
1.	Оформление кредита	15	1.08.05	16.06.03	
2.	Заключение договора аренды	5	16.08.05	21.06.03	
3.	Отделка помещения	15	22.08.05	7.07.03	125000
4.	Покупка оборудования, мебели	7	1.09.05	8.07.03	302150
5.	Заключение договоров на поставку сырья	10	26.08.05	7.07.03	
6.	Получение разрешений	18	22.08.05	10.07.03	
7.	Открытие кафе		12.09.05		

Таблица 5.

ЗАКУПКА ОБОРУДОВАНИЯ.

Наименование оборудования	Количество в штуках.	Цена оборудования в руб.	Общая цена в руб.
Барная стойка	1	Цена входит в ремонтные работы	
Стулья	42, в т. ч. 2 барных	800	35000
Столы	10	2500	25000
Гардеробная вешалка	1	1000	1000
Люстры	4	2500	10000
Музыкальный центр	1	9000	9000
Витрина	1	9500	9500
Микроволновая печь	1	3500	3500
Плита	1	22000	22000
Холодильник	2	9000	18000
Стол разделочный	2	5000	10000
Машина для мойки посуды	1	8000	8000
Разделочный аппарат	1	18000	18000
Ящики под посуду	5	150	750
Подносы	2	600	1200
Полки под посуду	4	300	1200
Прочие расходы			15000
Итого			187150

Затраты на покупку посуды представлены в таблице 6.

Таблица 6.

ЗАКУПКА ПОСУДЫ.

Наименование посуды	Количество в штуках.	Цена посуды в руб.	Общая цена в руб.
Тарелка столовая	80	150	12000
Тарелка средняя	80	120	9600
Тарелка десертная	80	120	9600
Набор кастрюль	3	2500	7500
Разделочные ножи	2 набора	2000	4000
Ножи столовые	80	200	16000
Набор сковородок	2	2000	4000
Вилка	80	50	4000
Ложка столовая	80	50	4000
Ложка десертная	80	40	3200
Ложка чайная	80	40	3200
Пепельница	20	60	1200
Ваза	20	200	4000
Кувшин	20	250	5000
Графин под водку	10	250	2500
Стопки под водку	80	50	4000
Фужеры для вина	80	100	8000
Фужеры для воды	80	100	8000
Набор солонок	20	50	1000
Прочие расходы			15000
Итого			125800

Общие первоначальные затраты представлены в таблице 7.

Таблица 7.

ПЕРВОНАЧАЛЬНЫЕ ЗАТРАТЫ.

Затраты	Сумма в рублях
На ремонт	125000
Закупка оборудования	187150
Закупка посуды	125800
Итого затраты	437950

После окончания подготовительного периода открывается кафе. Срок выхода на проектную мощность определен в 2-3 месяца, в зависимости от стратегии «рекламного наступления». Ввиду выгодного месторасположения проведение крупной рекламной кампании не планируется, но на первоначальном этапе возможно проведение небольших рекламных мероприятий направленных на информирование потенциальных клиентов об открытии нового кафе быстрого обслуживания в этом районе. Основное требование к этим мероприятиям - целевое направление рекламы при минимуме затрат. Этого можно достичь путем размещения рекламных объявлений на трассе М13 перед самим кафе. Такого рода мероприятия обеспечат целенаправленность и не требуют значительных финансовых вложений. Размещение подобной рекламы в газетах, как показывает опыт, малоэффективно, так как такая реклама не направлена на конечного потребителя и может оказаться не замеченной среди других рекламных объявлений, а для проведения рекламной компании в других средствах массовой информации (радио, телевидение) требует больших финансовых вложений и значительно увеличит стоимость проекта и срок его окупаемости, к тому же возможность финансирования крупной рекламной компании за счет кредитных средств маловероятно и может создать негативное впечатление о проекте у инвестора.

План персонала.

Для обеспечения производственного процесса предусмотрено следующее штатное расписание.

Таблица 8.

Персонал.

Должность	Кол.(чел)	Зарботная плата, в руб.	Выплаты	Испытательный срок
Повар*	1	15000	Ежемесячно	3 мес. З/п – 12000 т.р.
Помощник повара*	1	12000	Ежемесячно	3 мес. З/п – 8000 т.р
Официант*	5	3000	Ежемесячно	3 мес.
Мойщик посуды	1	3000	Ежемесячно	-
Гардеробщик	1	2000	Ежемесячно	-
Охранник	3	4000	Ежемесячно	-
Уборщица**	1	2000	Ежемесячно	-
Итого заработной платы:		41000		

* Для этой категории людей предусмотрен испытательный срок до 3-х месяцев.

**Уборщица будет работать по совместительству дворником.

Подбор персонала планируется осуществлять перед пуском производства с учетом следующих требований:

наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;

наличие опыта работы на аналогичных предприятиях общественного питания;

коммуникабельность, умение работать с клиентами;

знание нормативных документов, регламентирующих работу в сфере торговли и общественного питания.

Таблица 9.

ОБЯЗАННОСТИ ПЕРСОНАЛА.

Должность	Кол.(чел)	Обязанности
Повар*	1	Приготовление блюд, контроль процесса приготовления еды, соблюдение техники безопасности
Помощник повара*	1	Выполнение указаний шеф-повара
Официант*	5	Принятие заказов от клиентов, обслуживание столов
Мойщик посуды	1	Мытье посуды, сортировка чистой посуды
Гардеробщик	1	Обслуживание клиентов в гардеробной
Охранник	3	Соблюдение порядка, предотвращение конфликтов
Уборщица**	1	Уборка территории вокруг кафе, уборка кафе

Таблица 10.

ФОНД ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ НА 1 МЕСЯЦ.

№	Фонд заработной платы	Во время испытательного срока	После испытательного срока
1	Заработная плата	32000	41000
2	Начисления на заработную плату	12320	15785
	ИТОГО	44320	56785

Последствия плохого подбора персонала могут быть просто катастрофическими. По этой причине, если услуга фирмы по подбору персонала может показаться высокой, не надо торопиться отказываться.

Предприятие сильно своим персоналом. Грамотные руководители и квалифицированный персонал могут вывести из кризиса даже самое неэффективно работающее предприятие, плохие же – разорить самое процветающее.

Планируемый физический объем продаж приведен в таблице 11.

Таблица 11.

ФИЗИЧЕСКИЙ ОБЪЕМ СБЫТА (в месяц).

Наименование статьи	07/05	08/05	09/05	10/05	11/05	12/05
Кофе	-	3600	5400	7200	7200	7200
Мороженное	-	5700	8550	8550	7600	6900
Коктейли	-	2000	3600	3600	4200	4200
Пирожное	-	5550	8320	11100	11100	11100
Бутерброды	-	4970	7380	9840	7000	7000
Горячие блюда	-	43200	64800	86400	86400	86400
Десертные блюда	-	9600	14400	19200	19200	19200
Спиртные напитки	-	72000	108000	144000	144000	144000
Пиво	-	14400	21600	28800	28800	28800
Окорочка гриль	-	5250	7800	10500	10500	10500
Салаты	-	12600	18900	25200	25200	25200
Шампанское	-	500	1000	1500	1500	1500
		179370	269750	355890	354940	354240

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.

План по рискам. В предпринимательской деятельности всегда существует опасность того, что цели, поставленные в плане, могут быть полностью или частично не достигнуты.

Из всего перечня рисков особое внимание уделяется финансово-экономическим рискам, классификация и влияние которых отражены ниже.

Финансово-экономические риски

Виды рисков	Отрицательное влияние на прибыль
Неустойчивость спроса	Падение спроса с ростом цен
Появление альтернативного продукта	Снижение спроса
Снижение цен конкурентов	Снижение цен
Увеличение производства конкурентов	Падение продаж или снижение цен
Рост налогов	Уменьшение чистой прибыли
Платежеспособность потребителей	Падение продаж
Рост цен на сырье, материалы, перевозки	Снижение прибыли из-за роста цен
Зависимость от поставщиков, отсутствие альтернативы	Снижение прибыли из-за роста цен
Недостаток оборотных средств	Увеличение кредитов

Для начала производственной деятельности необходимо рассчитать общую потребность в оборотных средствах – совокупный норматив оборотных средств – определяется суммированием частных нормативов по их элементам. Предполагается взять кредит на сумму 500 тысяч рублей под 26 % годовых.

График платежей по кредиту: выплаты процентов по кредиту и ежемесячный взносы представлены в таблице 12.

Таблица 12.

УСЛОВИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ КРЕДИТА

Сумма кредита: 500000 руб.

Срок: 12 мес.

Месяц выдачи кредита: август

Процентная ставка: 26%

ПРИБЛИЗИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РАСЧЕТА

График платежей	Ежемесячный взнос: 47765		Сальдо
	Проценты	Возврат капитала	
09/2005	10833	36932	463068
10/2005	10033	37732	425336
11/2005	9216	38549	386787
12/2005	8380	39385	347402
01/2006	7527	40238	307164
02/2006	6655	41110	266054
03/2006	5765	42001	224054
04/2006	4854	42911	181143
05/2006	3925	43840	137303
06/2006	2975	44790	92513
07/2006	2004	45761	46752
08/2006	1013	46752	0
ИТОГО:	73181	500000	

Таблица 13.

Расходы по приобретению продуктов.

Наименование статьи	06/05	07/05	08/05	09/05	10/2005	11/05
Кофе	-	1200	1800	2400	2400	2400
Мороженное	-	2160	3240	3240	3240	3240
Коктейли	-	1200	1800	2400	2400	2400
Пирожное	-	5280	7920	10560	10560	10560
Бургерброды	-	2640	3960	5280	5280	5280
Горячие блюда	-	28944	43416	57888	57888	57888
Десертные блюда	-	3200	4800	6400	6400	6400
Спиртные напитки	-	36000	54000	72000	72000	72000
Пиво	-	7200	10800	14400	14400	14400
Окорочка гриль	-	4594	6891	9188	9188	9188
Салаты	-	2772	4158	5544	5544	5544
Шампанское	-	375	750	1125	1125	1125
ИТОГО:		95565	143535	190425	190425	190425

В таблице 13 отражены расходы по отдельным видам товаров по оптовым ценам плюс в цену товара включается затраты на электроэнергию. В виду специфики работы кафе – эти затраты будут увеличиваться (или уменьшаться) в зависимости от спроса.

В таблице 14 отражен бюджет по прибыли и убыткам на период с открытия кафе (июль 2003 г.) до ноября 2004. В июле 2004 года по проекту предусматривается полное погашение кредита.

Таблица 14.

Бюджет по прибыли (и убыткам), в рублях.

	07.05	08.05	09.05	10.05	11.05	12.05
Объем продаж	179370	269750	355890	354940	354240	354240
Прямые издержки, всего	83850	143535	190425	190425	190425	190425
Валовой доход	95520	126215	165465	164515	163815	163815
Косвенные издержки	49200	50200	51200	59200	59200	59200
- З/п персонала	34000	34000	34000	41000	41000	41000
- аренда	13200	13200	13200	13200	13200	13200
- проч. издержки	2000	3000	4000	5000	5000	5000
Валовая прибыль	46320	76015	114265	105315	104615	104615
Возврат кредита	47765	47765	47765	47765	47765	47765
Итого:	-1445	28250	66500	57550	56850	56850
Налоги	12410	16082,5	21055	22446,5	22355,5	22355,5
- Единый социальный налог	12410	12410	12410	14965	14965	14965
- Подоходный налог с прибыли частного предпринимателя	0	3672,5	8645	7481,5	7390,5	7390,5
Чистая	-1445	24577,5	57855	50068,5	49459,5	49459,5

нераспределенная прибыль						
То же нарастающим итогом	-1445	23132,5	80987,5	131056	180515,5	229975

Продолжение таблицы 14.

	1.06	02.06	03.06	04.06	05.06	06.06
Объем продаж	354240	354240	354240	354240	354240	354240
Прямые издержки, всего	190425	190425	190425	190425	190425	190425
Валовой доход	163815	163815	163815	163815	163815	163815
Косвенные издержки	59200	59200	59200	59200	59200	59200
- З/п персонала	41000	41000	41000	41000	41000	41000
- аренда	13200	13200	13200	13200	13200	13200
- проч. издержки	5000	5000	5000	5000	5000	5000
Валовая прибыль	104615	104615	104615	104615	104615	104615
Возврат кредита	47765	47765	47765	47765	47765	47765
Итого:	56850	56850	56850	56850	56850	56850
Налоги	22355,5	22355,5	22355,5	22355,5	22355,5	22355,5
-Единый социальный налог	14965	14965	14965	14965	14965	14965
- Подоходный налог с прибыли частного предпринимателя.	7390,5	7390,5	7390,5	7390,5	7390,5	7390,5
Чистая нераспределенная прибыль	49459,5	49459,5	49459,5	49459,5	49459,5	49459,5
То же нарастающим итогом	279434,5	328894	378353,5	427813	477272,5	526732

Продолжение таблицы 14.

	07.06	08.06	09.06	10.06	11.06
Объем продаж (всего)	354240	354240	354240	354240	354240
Прямые издержки, всего	190425	190425	190425	190425	190425
Валовой доход	163815	163815	163815	163815	163815
Косвенные издержки	59200	59200	59200	59200	59200
- З/п персонала	41000	41000	41000	41000	41000
- аренда	13200	13200	13200	13200	13200
- прочие издержки	5000	5000	5000	5000	5000
Валовая прибыль	104615	104615	104615	104615	104615
Возврат кредита	47765	47765	47765	47765	47765
Итого:	56850	56850	56850	56850	56850
Налоги	22355,5	22355,5	22355,5	22355,5	22355,5
-Единый социальный налог	14965	14965	14965	14965	14965
- Подоходный налог с прибыли частного предпринимателя.	7390,5	7390,5	7390,5	7390,5	7390,5
Чистая нераспределенная прибыль	49459,5	49459,5	49459,5	49459,5	49459,5
То же нарастающим итогом	576191,5	625651	675110,5	724570	774029,5

Таблица 15.

Финансовый план, в рублях

№	Наименование показателя	07.05	08.05	09.05	10.05
1	Поступление выручки	179370	269750	355890	354940
2	Поступление кредитных средств	62050	0	0	0
3	Итого поступления	241420	269750	355890	354940
4	Платежи на сторону всего	157225	220582,5	272445	273836,5
	в том числе				
4.1.	расчеты с поставщиками	83850	143535	190425	190425
4.2.	Реклама	0	0	0	0
4.3.	Аренда	13200	13200	13200	13200
4.4.	процент по кредиту, возврат кредита	47765	47765	47765	47765
4.5.	Единый социальный налог	12410	12410	12410	14965
4.6.	подоходный налог	0	3672,5	8645	7481,5
5	Баланс платежей	84195	49167,5	83445	81103,5

Анализ и планирование движения денежных средств составляет основу успешной деятельности, поскольку одной из основных задач как предпринимателя является поддержание текущей платежеспособности предприятия. Если в проекте отчета о прибылях и движение денежных средств, определяется, когда конкретно и сколько денег поступит, или будет уплачено по счетам поставщиков продукции или кредиторов, чтобы обеспечить нормальную деятельность предприятия.

Бизнес план АЗС

Инвестировать накопления в бензиновый бизнес — все равно, что купить породистого жеребца. Сначала придется вложить довольно крупную сумму: «голубая» кровь стоит недешево, да чтобы жеребец вырос гладким, резвым и проворным, тоже надо постараться. Однако вскоре вы поймете, что потратились не зря. Новое дело не только вернет израсходованные деньги сполна, но и принесет существенную прибыль. Если, конечно, вы будете соблюдать все правила содержания и ухода за источником дохода. Ну и, конечно, усвоите ряд необходимых тонкостей.

Стоимость строительства АЗС

Для начала вам придется арендовать землю и обзавестись специальными лицензиями на хранение нефти, газа и продуктов их переработки. Лицензии выдает Минтопэнерго. Однако бояться трудностей не стоит. За оформление документов в министерстве взимается очень небольшая плата.

За право возвести АЗС на конкретном участке придется заплатить. Земля, к *примеру* в Московской области, с оформлением всех необходимых документов обойдется в 100000 долл. Существуют фирмы, которые за эти деньги возьмут на себя всю бумажную и организационную волокиту и принесут вам в офис уже *готовые* документы. Высокая стоимость объясняется тем, что в России существуют довольно жесткие строительные нормы, а отсюда и необходимость согласовывать документы на строительство в различных инстанциях.

Естественно, без специального оборудования не обойтись. Самый дешевый минимальный комплект из 2-х колонок и компьютера стоит 40 000 долл. Но две колонки — это слишком маленькая заправка, хотя они и в состоянии разливать сразу несколько видов топлива. Обычно колонок на заправке не меньше четырех. Конечно, колонка колонке рознь: есть модели подешевле, есть — подороже. Обычно же бизнесмены тратят на технику от

100 000 до 200 000 долл.

А все остальное: подъездные пути, здание для оператора, емкости для бензина — по минимуму — от 50 000 долл. Это если вы решили обойтись без магазина, мойки и автомастерской. Но в первое время они и не обязательны. В целом же АЗС «под ключ» стоит 500 000 долл. Сюда входят все разрешения, земля и прочие сопутствующие расходы.

Самое главное, в погоне за будущими прибылями не заиграться в банковские кредиты. Сейчас АЗС многих фирм заложены за долги. Их хозяева брали кредит, строили на полученные деньги заправку. Однако долг отдавать не спешили, а в залог *готовой* АЗС брали новый кредит, чтобы возвести еще одну заправку. Получалась пирамида. Причем, довольно шаткая. Такой *бизнес* в один миг может исчезнуть. Хорошо, если получаемая с АЗС маржа будет высокой, тогда, возможно, денег хватит на все. В том числе удастся и долг вернуть. А вдруг кризис? Или оптовые цены на топливо резко подскочат? В подобных ситуациях объемы реализации бензина на АЗС падают, и построенным на честном слове заправкам грозит банкротство.

Франчайзинг

Многие продавцы бензина считают, что выгодное расположение АЗС и ее техническое оснащение не гарантируют устойчивую прибыль. Поэтому сегодня популярен так называемый франчайзинг. Некрупный владелец АЗС, используя брэнд одной из известных нефтяных компаний, увеличивает продажи. Как показал опыт Смоленской области, только переход под крыло ЛУКОЙЛа повышает продажу бензина на обычной частной заправке в два раза.

Договор франчайзинга обходится владельцу АЗС всего в 700 долл. в год. Фактически это плата за аренду известного товарного знака. Первое время от вас больше ничего не потребуется. Зато в обмен вы можете получать бензин проверенного качества. Если, конечно, это возможно географически. Выбирая фирму-патрона, для *начала* узнайте, есть ли

поблизости от вас принадлежащая ей нефтебаза или нефтеперерабатывающий завод. В противном случае могут возникнуть перебои с поставкой качественного топлива. Ведь издалека бензин не навозишься: емкость самого распространенного бензовоза «ЗИЛ» — 12 куб. м, а более мощные машины в состоянии перевезти до 40 куб. м.

Имейте в виду, что, заключая с вами договор франчайзинга, фирма через некоторое время потребует детального соблюдения ее фирменного стиля. По мнению крупных компаний, это повышает конкурентоспособность АЗС. К примеру, ЛУКОЙЛ выпустил целую брошюру с рекомендациями по использованию фирменного стиля для сотрудничающих с ним АЗС. В этой брошюре расписано все до мелочей: какого размера и цвета должны быть вывески, в какую униформу следует одевать персонал, на какой высоте необходимо повесить флаги и даже как расставить урны. Так что, вам придется перестроить АЗС в соответствии с определенным стандартом. Переделка может оказаться весьма дорогостоящей — до 150000 долл. Чтобы не тратить деньги зря, лучше с самого *начала* возводить АЗС под «кого-нибудь».

Где и почему брать бензин?

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

Чтобы лучше ориентироваться в отпускных оптовых ценах на топливо, полезно пользоваться Интернетом. Самые полные и свежие сведения — на сайте www.kortes.ru. Ежедневная информация стоит порядка 50 долл.

Впрочем, есть и бесплатный путь — через Интернет-биржу по продаже и покупке нефтепродуктов (www.nge.ru). Правда, аналитическая информация о тенденциях рынка все равно предоставляется за деньги.

Цены на сегодняшний день в европейской части России.

Самые высокие отпускные цены на бензин марок А-76/80, А-92 и Аи-95/96 у завода «Кинеш» (НК «Сургутнефтегаз») — 9015,6; 11763,6 и 12813,6 руб./т соответственно.

Самая низкая отпускная цена:

на бензин марки А-76/80 у завода «Салават НОС» — 6612,0 руб./т;

на бензин марки А-92/93 у Московского НПЗ (НК «Сибнефть») — 8500,0 руб./т;

на бензин марки Аи-95/96 у завода НК «Славнефть» («Ярослав НОС») — 10000,0 руб./т.

Самая высокая цена:

на дизельное топливо зимнее у завода «Ухтанефтепереработка» (НК «ЛУКОЙЛ») — 8500,0 руб./т;

на дизельное топливо летнее у заводов НК «ЛУКОЙЛ» («Нижегород НОС» и Волгограднефтепереработка) — 7450,0 руб./т.

Самая низкая цена:

на дизельное топливо зимнее у Нижнекамского НПЗ (НК «Татнефть») — 6700,0 руб./т;

на дизельное топливо летнее у завода «Салават НОС» — 5800,0 руб./т.

Цены на сегодняшний день за Уралом. Самые высокие отпускные цены на бензин марок А-76/80, А-92/93 и Аи-95/96 у Ангарского НК (НК «ЮКОС») — 8200,1; 10200,0 и 11600,2 руб./т соответственно.

Самая низкая цена:

на бензин марки А-76/80 — Сургутский ЗСК — 6832,0 руб./т;

на бензины марок А-92/93 и Аи-95/96 — Омский НПЗ (НК Сибнефть) — 8900,0 и 10300,0 руб./т соответственно.

Самые высокие отпускные цены на дизельное топливо летнее и зимнее

у Ангарской НХК (НК «ЮКОС») — 6600,0 и 9400,1 руб./т соответственно.

Самое дешевое дизельное топливо летнее и зимнее у Омского НПЗ (НК «Сибнефть») — 6200,0 и 8500,0 руб./т соответственно.

Отпускные цены включают в себя все косвенные налоги: акцизный сбор, налог на добавленную стоимость (НДС), налог на реализацию горюче-смазочных материалов (НДФ).

Надо помнить, что так бывает не всегда. Налоговый кодекс позволяет взимать акцизный сбор как с нефтеперерабатывающих заводов и нефтебаз, так и с АЗС. Поэтому, покупая бензин, надо обращать внимание на то, что конкретно включено в отпускную стоимость горючего. Ведь в зависимости от этого ценовой люфт может быть существенным. Акцизный сбор в России за бензин марки А-76(80) составляет 2190 руб./т, за А-92 и А-95 — 3000 руб./т, за дизельное топливо — 890 руб./т.

Безопасность

Существует мнение, что бензиновый *бизнес* криминален. Однако уровень его криминализации не выше, чем по всей стране. Органы местной власти не заинтересованы в гибели *предприятия*, несущего «золотые яйца». Правда, в ответ они заставляют владельцев соблюдать максимальные меры предосторожности. Современная АЗС обязана напоминать банковское учреждение, а не обычный минимаркет. Двери и окна непременно следует сделать бронированными, а кассира с его оборудованием не должно быть видно. Плюс ко всему, кассир ни при каких обстоятельствах не имеет права в рабочее время открывать дверь и выходить на улицу.

На каждой АЗС обязательно есть тревожная кнопка. По договору милицейская бригада срочно прибывает на АЗС, если что-то случится. Договор стоит немного: на трассе — 1000 руб. в месяц, в городе — 7000 руб. в месяц. Если имеется магазин, то все равно должна быть собственная военизированная охрана. Зарплаты охранников могут сильно различаться — от 3000 руб. до 3000 долл.

Сейчас рынок постепенно насыщается, и на первый *план* выходит не столько предложение бензина, сколько стремление обеспечить покупателя качественным товаром. Сегодня именно это лежит в основе конкуренции. А высокого качества можно достичь, только если у компании вертикально интегрированная *структура*. То есть все: и НПЗ, и нефтебаза, и АЗС.

Возить бензин непосредственно с НПЗ бывает невыгодно, т.к. он может находиться весьма далеко от АЗС. Тогда не исключены перебои с поставками. *Мало* ли что произойдет в пути, и бензовоз не прибудет в срок. В это время бензин на АЗС закончится. Придется обращаться к ближайшим нефтебазам. Что вы от них получите, заранее не известно. Обычно компании завозят на нефтебазу примерно 100 т топлива и отдают его на хранение. А потом по мере необходимости забирают то же количество. Как правило, назад они получают уже не *свой* бензин: либо привезенный другой компанией, либо и вовсе перемешанный. Ведь и остальные *предприятия* могут сдавать на хранение бензин своего производства. А кто даст гарантии, что их продукция такого же хорошего уровня, как и ваша? В результате качество полученного товара может упасть.

До сих пор практически все основные продавцы довольствуются обобществленным бензином. Другой-то взять негде. Вот и приходится сотрудникам заправок обзаводиться так называемыми пробниками: маленькими бутылочками, которые опечатываются сразу после доставки бензина на АЗС. Даже водитель ставит на них автограф, что сдал бензин нормального качества под личную ответственность. Это потребуется в случае судебных разбирательств, если придется предъявить претензии нефтебазе.

Пока 90% бензина на рынке — это, увы, низко октановый А-80. Для нормальной машины он не подходит. Поэтому с помощью специальных присадок его доводят до уровня 92-го или 95-го. Однако это вовсе не означает, что бензин становится отличным. Надо помнить, что качество привлекает покупателей. Люди *готовы*, если что, даже денек подождать и не заправляться, лишь бы получить хорошее горючее. Качество сейчас главное!

Компании идут на неординарные решения. Например, ЛУКОЙЛ подкрашивает *свой* бензин, чтобы автовладельцы знали: данное топливо поступило непосредственно с фирменной лукойловской нефтебазы, и заправленный им автомобиль неожиданно не остановится.

Кадры

По правилам каждый работник АЗС должен иметь специальный сертификат, подтверждающий его профессиональную подготовку. Поэтому надо либо перекупать специалистов, либо учить. Впрочем, налажена целая система обучения. В рамках нефтеинспекции существуют обязательные курсы. Захотел торговать бензином — отправляй своих сотрудников туда на обучение. Стоимость курсов — около 2000 руб. за человека. Причем окончить их должны все: и водители, и кассиры, и заправщики. Затем нефтеинспекция сертифицирует работников.

Контроль

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

Однако помимо них есть и другие проверяющие: торгинспекция, налоговая служба, пожарники. Впрочем, последних бояться не стоит. Соблюдение правил противопожарной безопасности выгодно в первую очередь хозяину АЗС, ибо сидеть «на пороховой бочке» лучше со страховкой. Что же касается налоговиков, то, как показывает опыт, бежать от налогов на АЗС не выгодно. Лучше торговать по совести и подольше удержаться на этом рынке, ведь прибыль итак вполне достаточная.

Нормы продаж

Если говорить о провинции, то обычно АЗС продает в среднем 3–5 куб. м бензина в день. Однако если четко заботиться о качестве своего товара, то

можно эти показатели увеличить. Сегодня, когда о дефиците бензина говорить не приходится, в сражение за покупателя вступает именно качество. Так, опыт смоленского филиала ЛУКОЙЛа показал, что можно продавать 10–15 куб. м бензина в день и даже выше. Средние данные реализации бензина по г. Смоленску и Смоленской области представлены в табл. 1, 2. Вообще же рекорд продаж принадлежит АЗС, расположенной на 99 км шоссе Москва–Минск, — 100 куб. м в день.

Табл. 1. Среднесуточная реализация ГСМ на АЗС в г. Смоленске (44 АЗС)

Марка Объем, куб. м

Аи-95 33–39

Аи-92 110–132

Аи-80 66–88

ДТ 44–66

Табл. 2. Среднесуточная реализация ГСМ на АЗС Смоленской обл. (194 АЗС)

Марка Объем, куб. м

Аи-95 55–60

Аи-92 291–380

Аи-80 290–380

ДТ 750–1100

Оборот и доходность АЗС во многом зависят от места расположения станции. Если вы работаете на условиях франчайзинга, то немалую роль играет и выбор компании, под флагом которой продается топливо. Большое значение имеет качество дорог, на которых стоит АЗС. Простой *пример*. В 1998г. после кризиса поток транспорта сократился в 4–5 раз. Бензин стали меньше покупать. Только сейчас уровень продаж восстановился. Теперь важны уже другие критерии. На поток транспорта влияет дорожное покрытие. Люди не хотят перемещаться по плохим дорогам, «убивая» свой автомобиль. И если вокруг АЗС ямы да ухабы, значит, туда не приедут за

бензином. Очевидно, что в недалеком будущем бензиновая конкуренция на внутреннем рынке заставит предпринимателей заняться дорогами.

Есть и другие способы привлечь клиентов. Все чаще владельцы АЗС начинают строить заправки–комплексы. Там и бензин можно купить, и машину помыть и отремонтировать, а заодно поесть и даже переночевать. Первопроходцами стали автозаправочные станции Бритиш Петролеум. Рядом с некоторыми их заправками стоят рестораны McDonald's.

Теперь так стремятся делать все. ЛУКОЙЛ заключил контракты с Ростиксом, и на его заправках будет организована продажа жареных кур. ЮКОС взял себе в парт-неры сеть магазинов «Копейка».

Профессиональные хитрости

В этом бизнесе есть хоть и мелкие, но довольно дорогие хитрости. И об этом хозяину заправки надо постоянно помнить. Так, известно, что бензин от высокой температуры сильно увеличивается в объеме. На этом частенько играют сотрудники нефтебаз и АЗС, подворовывая товар. К *примеру*, водитель бензовоза в летний день может запасть канистрами, чтобы по дороге слить туда из раскаленной на солнце цистерны увеличившееся в объеме топливо. Когда цистерна большая, то и объем «лишнего» бензина становится солидным. В результате растут ваши потери. Скажем, 1 литр 92-го бензина стоит 10 руб. В канистре 20 л. А таких канистр может оказаться с десяток! Так в один момент 100 ваших долларов растворились в карманах водителя.

Приемщицы бензина также хитрят: во время приемки они с силой «втыкают мерник» в емкость для хранения бензина. От этого жидкость плещется и образуется волна. Вот тут-то и измеряется количество бензина. Правда, объем определяется по нижней риске, в том месте, откуда волна только что ушла.

В результате отхлынувшая жидкость остается неучтенной. Копейки, на первый взгляд. Но когда речь идет о емкости в 100 т, то и одно деление равно

нескольким тысячам рублей. И так может происходить изо дня в день.

Чтобы не прогореть на бензине, опять-таки надо учитывать ряд тонкостей, связанных со спецификой этого вещества. Скажем, известно, что бензин быстро испаряется, особенно летом. Причем, чем выше его октановое число, тем *процесс* испарения идет быстрее. Поэтому, если ваша АЗС расположена на трассе, не стоит в жаркий день запасаться дорогим 98-м бензином. Лимузины там ездят редко, а ждать, когда весь бензин испарится, по меньшей мере, глупо. Каждый день оценивается в тысячи рублей убытков.

Конечно, в этом бизнесе, как и во многих других, всегда есть норма убыли. Ее включают в тоннаж, когда покупают горючие вещества. Эта норма не велика, примерно как бой в ликероводочной промышленности — 0,01%. Но при больших объемах убыль может вылиться в весьма существенную цифру. Так что лучше всегда стремиться сокращать потери.

Бизнес план автосервиса

Какой бы надежной не была машина, рано или поздно ей потребуется ремонт. А значит, бизнес на обслуживании автомобилей (автосервис, магазин запчастей, мойка) стабильно обеспечен клиентами и приносит своему владельцу неплохую прибыль.

Состояние и структура рынка

Ситуация на рынке обслуживания автомобилей напрямую зависит от тенденций развития отечественного автопарка. За последние 10 лет он увеличился в 2,5 раза и в настоящее время состоит более чем из 30 млн. машин. Ежегодно этот показатель повышается на 8–8,5%. По данным Департамента автомобильного транспорта Минтранса РФ, в России к 2005 г. насчитываться 45–46 млн. машин.

В то же время на одну тысячу россиян приходится всего 170 автомобилей, что ниже уровня развитых стран почти в четыре раза. То есть российский автопарк в ближайшее время ожидает только рост, причем

достаточно активный. Так что в отношении автосервисов сложилась благоприятная конъюнктура — устойчивое и значительное увеличение числа потенциальных потребителей данных услуг. Что же касается самих автосервисов, то и их число неуклонно растет, причем преобладание сетей до сих пор не прослеживается.

Структура рынка техобслуживания пока еще недостаточно четко выражена. Безусловно, на нем имеется определенная специализация, можно говорить и о нескольких вертикальных уровнях. В то же время крайне *мало* узнаваемых брендов: один и тот же автосервис может работать и с «Мерседесами», и с ВАЗовской продукцией

Авторизованные сервисы. Работа ведется в четком взаимодействии с официальными дилерами и зарубежными автопроизводителями. Как правило, компания специализируется на обслуживании какой-то одной конкретной марки. Войти в этот *бизнес* очень непросто: вендоры требовательно относятся к выбору контрагентов. Максимальную прибыль — от 10 тыс. долл. в месяц — способны приносить сервисы, расположенные в крупных городах, где продается много новых иномарок.

Одиночные сервисные пункты. Они не имеют аккредитации, что, однако, не мешает составлять конкуренцию авторизованным компаниям: услуги те же самые, но платить за них приходится на 20–30% меньше. Прибыль такого *автосервиса* редко опускается ниже 2 тыс. долл. в месяц, но практически никогда не превышает 12 тыс. долл.

Индивидуальное оказание услуг технического обслуживания. Данный вид деятельности только с большой долей условности можно назвать *бизнесом* — это, скорее, самозанятость. Однако услуги индивидуалов, ремонтирующих автомашины в собственных гаражах или по вызову, пользуются стабильным спросом, принося 800–1200 долл. чистой прибыли в месяц.

Старт бизнеса: четыре этапа

И первый — это выбор места. На начальном этапе следует оценить прилегающую местность на предмет размещения наружной рекламы. Оптимальный вариант расположения *автосервиса* — рядом с автомагистралями, АЗС, гаражными комплексами.

Необходимо учесть, что в соответствии с требованиями СЭС нельзя организовывать автосервис рядом с жилыми домами (расстояние должно быть не менее 50 м) и около водоемов. Выбранное помещение должно иметь централизованную подводку воды и канализацию. И не забудьте о пакете документов. Так что второй этап в создании *автосервиса* — утряска бюрократических формальностей. И первое, чем здесь придется заняться, — это проектная документация. Для того чтобы она прошла согласование в органах госсанэпиднадзора, вам придется немало потрудиться, ведь требований масса: от наличия естественного освещения до установки «двухстворчатого шкафчика для спецодежды». В добавление к этому нужно будет представить пакет документов в транспортную инспекцию, решить вопросы с договором аренды.

Третий этап — подбор персонала. В современных условиях именно возможность привлечь в компанию квалифицированных специалистов того или иного профиля определяет выбор работ, которые будет производить автосервис. Но в любом случае надо постараться подобрать опытных профессионалов по наиболее востребованным видам услуг. И в первую очередь к ним относятся шиномонтаж и кузовной ремонт. Существует около 100 видов услуг, оказываемых автосервисами. Наиболее распространенные виды работ:

- смазочно-заправочные;
- контрольно-диагностические;
- электротехнические;
- шиномонтажные и балансировочные;
- монтажно-демонтажные;
- жестяно-сварочные;

ремонт рулевого управления;
ремонт рулевой системы;
ремонт двигателей;
ремонт и зарядка аккумуляторов;
покраска.

Решив вопрос с персоналом и определившись с тем, какие услуги будет оказывать автосервис, можно приступать к закупке *оборудования*. Это четвертый этап. Здесь у вас будет выбор — более дорогое и качественное импортное или же доступное по цене отечественное. Надо отметить, что наличие импортного *оборудования* может способствовать привлечению клиентов, его неплохо использовать и в рекламных целях.

Первоначальные вложения

И вот *предприятие готово* к открытию. Для привлечения клиентов стоит потратить 500–1000 долл. на рекламу. Кроме «наружки», объявления полезно разместить в специализированных газетах и журналах, расклеить в гаражных массивах. Стоит также распространить листовки.

В среднем создание *автосервиса* обойдется в 130–150 тыс. долл. Хотя возможно и более дешевое решение: небольшой автосервис будет стоить 35–50 тыс. долл., а шиномонтаж — 8–12 тыс. долл.

Автосервис, оказывающий широкий спектр услуг, приносит своему владельцу доход от 4 тыс. долл. в месяц, шиномонтаж — от 0,7 тыс. долл.

Если говорить о магазине автозапчастей, то здесь главное — подобрать помещение, расположенное в месте, имеющем хорошие подъезды и способном обеспечить поток клиентов. Необходимо также решить вопрос с закупками товара и возможностями предоставления товарного кредита.

Секреты бизнес-процесса

Один из основных вопросов, которые решает владелец *автосервиса*, и автомагазина, — приобретение запчастей, а значит, налаживание связей с поставщиками. Каталоги автозапчастей можно найти, например, в Интернете

на сайтах производителей и дилеров. Хороший каталог ссылок по автомобильной тематике есть по адресу: www.russia.auto.ru/app/?show=1&yp=4788225.

Заявку на доставку лучше формировать заранее, учитывая сезонные колебания спроса. Описать их может любой опытный работник этой сферы (для шиномонтажа, например, пики активности приходятся на конец осени и начало весны, когда наступает пора менять резину).

Для специализированных автосервисов, где список необходимых деталей четко определен нормативами автопроизводителей, проблема доставки запчастей не очень актуальна. А вот в практике работы автосервисов широкого профиля существуют две наиболее распространенные модели.

Закупка деталей «с запасом». Требует значительных затрат, но зато снимает вопросы отсутствия необходимых запчастей в нужный момент. Наиболее эффективна такая схема для сетевых автосервисов, в работе которых рано или поздно оказывается востребованной практически любая деталь.

Работа со службами доставки. Все детали по мере необходимости заказывают в каком-нибудь Интернет-магазине. Но тогда их стоимость оказывается значительно более высокой.

Доходность компании можно повысить за счет увеличения потока клиентов и снижения расходов. Для этого предпринимают следующие шаги:

расширяют спектр оказываемых компанией услуг;

минимизируют затраты на приобретение *оборудования* (за счет размещения заказов на осуществление тех или иных работ в специализированных компаниях);

используют рекламу только в краткосрочном периоде, а затем переключаются на «ползучий маркетинг» — новый клиент приходит по рекомендации старого.

Для комплексной автоматизации документооборота, складского и

финансового учета автосервисов приобретают специализированный софт. Его в России производят не менее пяти компаний, некоторые из них включают в комплект ПО каталоги автозапчастей для иномарок и отечественных автомобилей (стоимость — 40–70 долл.). Сами диски с программами обойдутся в 120–200 долл. И еще 700–1200 долл. придется заплатить за модуль связи с бухгалтерской программой.

Бизнес план автомойки.

Автомойка — наиболее популярный *бизнес* среди тех, кто, не обладая какими-то специальными знаниями, желает начать доходное дело. Причем эту точку зрения нельзя назвать неверной: если вы сможете подобрать участок земли, расположенный рядом с автотрассой, получить права аренды на него, решить бюрократические формальности и найти средства для покупки *оборудования*, то вам останется только своевременно подбирать моющие средства и обогащаться.

Принципиально шаги по созданию *автомойки* и *автосервиса* мало чем отличаются. Разве что для первой потребуется приобрести *оборудование* по очистке сточных вод или заключить с этой целью специальный договор с горводоканалом. Зато услуги мойки не подлежат сертификации, а к персоналу не надо предъявлять повышенные требования. Исключением являются, пожалуй, только сотрудники, занимающиеся химчисткой салонов автомобилей.

Что касается затрат на открытие *автомойки* на один пост, то вам понадобится хотя бы 100 кв. м земли. О единых арендных ставках в этой сфере трудно говорить: во многих городах мойки в рамках муниципальных программ работают на льготных условиях. Стандартный комплект *оборудования*:

аппарат высокого давления без подогрева воды (от 1,5 до 25 тыс. долл.);

аппарат высокого давления с подогревом воды (от 2,5 до 5 тыс. долл.);

пылеводосос (200–500 долл.);
моющий пылесос (от 600 до 1300 долл.);
аппарат для очистки и рециркуляции воды (от 4,5 до 8 тыс. долл.).

Стандартные услуги автомойки:

мойка кузова снаружи;
полировка кузова;
мойка двигателя;
сухая и влажная уборка салона;
химчистка салона.

В зависимости от того, сколько машин вы планируете обслуживать (для небольшой мойки оптимальным показателем будет 20–35 машин в сутки), стоит выбирать и мощность *оборудования*. Основная проблема для химчистки салона — необходимость последующей сушки. Лучше проводить эту операцию в отдельном сухом и теплом помещении.

Сейчас популярно совмещать *автомойки* с небольшими кафе. Но тогда потребуются дополнительные затраты на получение разрешительной документации и возведение павильона. Можно построить на территории мойки бокс *автосервиса* с подъемником, а потом сдавать его в аренду. Это будет приносить от 500 до 1000 долл. дополнительной прибыли ежемесячно. Кроме того, увеличится поток клиентов.

Организовать автомойку непросто. Поэтому многие предпочитают покупать уже действующие. Сейчас спрос на *предприятия* этого профиля на рынке можно назвать ажиотажным. Несмотря на то что земля, на которой располагаются такие *бизнесы*, в большинстве случаев арендована, инвесторы *готовы* платить сумму, превышающую доход *автомойки* за 2–2,5 года, — случай для рынка *готового бизнеса* уникальный.