Содержание

Введение

1. Характеристика объекта бизнеса

2. **Состояние и структура рынка**

2.1 Воздействие факторов внешней среды на компанию

2.2 Причины открытия компании

3. Потребители услуг

4. Поставщики, партнеры, конкуренты

5. План маркетинговых действий

5.1 Товарная политика

5.2 Ценовая политика

5.3 Сбытовая политика

6. План производства

7. Организационно-кадровый план

8. Анализ рисков проекта и пути их нейтрализации

8.1 Анализ рисков проекта

8.2 Меры по профилактике и нейтрализации рисков

9. Финансовый план

9.1 Расчет капитальных затрат

9.2 Прогноз прибыли и убытков

9.3 Период окупаемости и нормы рентабельности

Заключение

Список использованной литературы

Приложение

**Введение**

С приобретением автомобиля у владельца появляется не только предмет особой гордости и средство передвижения, но и постоянная статья расходов, причем эти расходы не ограничиваются тратами на бензин, а предполагают весомые финансовые вливания на поддержание машины в рабочем состоянии. И чем старше становится автомобиль, тем больше финансовых вложений он требует. Особенно это актуально для отечественного автотранспорта, который и составляет основную клиентуру большинства сервис-центров.

Рынок автосервиса, и без того довольно развитый, с отменой обязательного лицензирования деятельности словно обрел второе дыхание. Число сервис-центров, как официальных, так и полуофициальных, начало расти в геометрической прогрессии, что, надо отметить, значительно усилило конкуренцию в этой сфере бизнеса.

Актуальность написания бизнес проекта по открытию автосервиса связана с тем, что рынок этот очень текучий, и ежегодно четверть сервисов меняют свое местоположение и перечень предоставляемых услуг, поэтому можно с легкостью занять на нем выгодное место.

Во многом успех автосервисного бизнеса зависит от местоположения. Поэтому для начала необходимо найти свободное помещение, и желательно, возле оживленной трассы.

Так как бизнес-план представляет собой результат исследований, имеющей цель изучение направления деятельности фирмы (продукта или услуг) на определенном рынке и в сложившихся организационно-экономических условиях, то целью контрольной работы является составление бизнес плана конкретного предприятия, в частности автосервиса.

Объект работы – открываемый автосервис; предмет – пошаговая методика составления проекта посредством использования коэффициентов эффективности инвестиций.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. обосновать экономическую целесообразность открытия фирмы;
2. оценить уровень потребности в услуге и проанализировать рынок;
3. оценить все возможные риски, связанные с реализацией проекта и выявить пути их нейтрализации или предупреждения;
4. оценить возможности конкурентов и обозначить возможности нашего автосервиса;
5. определить потенциальных потребителей услуги и поставщиков оборудования и материалов;
6. определить методы реализации выбранной стратегии;
7. рассчитать объем ожидаемых финансовых результатов деятельности, в первую очередь объем продаж, прибыль, доходы на капитал;
8. рассчитать прибыль от вложенных инвестиций и период окупаемости.

Основу работы составили методические указания по составлению бизнес-планов, учебные пособия по бизнеспланированию, экономической оценке инвестиционных проектов, финансовому менеджменту, маркетингу и экономике предприятий.

**1. Характеристика объекта бизнеса**

Идеей будущего бизнеса является создание фирмы по оказанию авторемонтных услуг, включающих в себя такие услуги как:

* смазочно-заправочные;
* контрольно-диагностические;
* электротехнические;
* шиномонтажные и балансировочные;
* монтажно-демонтажные;
* ремонт рулевого управления;
* ремонт рулевой системы;
* ремонт двигателей;
* ремонт и зарядка аккумуляторов;
* продажа автозапчастей и комплектующих.

Общей рыночной целью деятельности фирмы является максимальное получение прибыли путем оказания авторемонтных услуг высокого качества. Краткосрочная цель – наладить производство, оказывать услуги в соответствие с производственным планом по возможности с меньшими затратами и привлечение клиентов за счет качественного, быстрого ремонта, улучшения технических характеристик автомобиля с применением современных рабочих технологий, новейших информационно-технологических разработок. Долгосрочная цель – создание благоприятного имиджа компании, обеспечение тесного взаимодействия компании с потребителями, расширение бизнеса.

Для достижения заданных целей необходимо:

* Наличие помещения с подобающим эстетическим обликом и позволяющее рационально расположить необходимое оборудование для плавного перехода от одной рабочей процедуры к другой;
* Приобретение основного оборудования:
* различных стендов для шиномонтажа и балансировки;
* компрессорного оборудования;
* напольных подъемников, позволяющих производить демонтаж-монтаж;
* контрольно-испытательного оборудования для диагностики (тормозных систем, двигателей, рулевой системы, общего технико-эксплуатационного состояния а/м);
* Приобретение материалов для трудовой деятельности;
* Наличие высококвалифицированных специалистов;
* Современные позиции по маркетингу и рекламе;
* Высокая культура обслуживания клиентов.

**2. Состояние и структура рынка**

Ситуация на рынке обслуживания автомобилей напрямую зависит от тенденций развития 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 в 2005 г. насчитывалось 45-46 млн. машин, а в настоящий момент с ростом автокредитования еще больше.

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 активный рост. 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 (т.е. необходимо постоянно думать о конкурентах и заботиться о соответствующем имидже и качестве работы предприятия). Структура рынка техобслуживания пока недостаточно четко выражена, т.к. преобладают автостанции с недостаточно квалифицированными сотрудниками и обслуживающим персоналом, а также полупрофессиональным оборудованием. Наблюдается недостаточное количество автосервисов, предлагающих комплексный подход к обслуживанию а/м. Необходимо также отметить что не на многих сервисах персонал обходителен и вежлив с клиентами, поэтому нужно разработать соответствующую организационную культуру и привить персоналу вежливое обращение с клиентами, а также создать для последних комфортные условия (доступное месторасположение сервиса, удобный паркинг, кафе или комнату отдыха).

Таким образом, можно выделить основные тенденции развития и требования к автомастерским:

* повышение квалификации специалистов;
* перенос акцента на более комплексное обслуживание и уход за а/м (ремонт, монтаж, диагностика, мойка, химчистка);
* увеличение инвестиций на оснащение и приборы;
* применение новых технологий и разработок;
* деловую культуру общения и обходительность с клиентами.

Все выше перечисленное приводит:

* к снижению продолжительности пребывания автомобиля в мастерской для ремонта;
* сокращению расходов производственных средств;
* сокращению потребности в материалах и запасных частях.

**2.1 Воздействие факторов внешней среды на компанию**

Необходимо также оценить макроокружение и общие условия, в которых действует предприятие, определяя для него границы допустимого и недопустимого. Макроокружение по отношению к предприятию выступает как причина и условие ограничения (или возможности расширения) деятельности; как предпосылка, вызывающая необходимость изменений на предприятии.

Рассмотрим воздействие факторов внешней среды на компанию на основе PEST – анализа.

Таблица 2.1 – PEST-модель

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Политика** | **P** | **E** | **Экономика** |
| 1. Изменение законодательства 2. Государственное регулирование конкуренции в отрасли 3. Налоговая политика государства   Отсутствие барьеров вхождения на рынок | | 1. Платежеспособность потребителей 2. Усиление конкуренции 3. Динамика курсов иностранных валют 4. Налогообложение 5. Улучшение уровня жизни населения   Уровень инфляции | |
| **Социум** | **S** | **T** | **Технология** |
| 1. Изменение в уровне и стиле жизни 2. Экологический фактор 3. Демографические изменения 4. Изменения в структуре доходов 5. Влияние СМИ 6. Изменение в основных потребительских предпочтениях | | 1. Технологические изменения имеющие существенное значение для услуг компании. 2. Развитие Интернета | |

Из выше сказанного можно сделать вывод о том, что особое значение для предприятия имеют технологические изменения, имеющие существенное значение для услуг компании, изменение в основных потребительских предпочтениях, экологический фактор, изменение законодательства и усиление конкуренции.

**2.2 Причины открытия компании**

1. Удовлетворяя спрос автовладельцев мировые автопроизводители повышают скоростные качества автомобиля; улучшают двигатель, аэродинамику, внедряя новые технологии, оснащают автомобиль бортовым компьютером с высокочувствительными датчиками, которые требуют своевременного ремонта и диагностики.
2. В Мурманске за последнее время увеличилось число автолюбителей. На сегодняшний день в мурманской области насчитывается около 160 тыс. автомашин, и все из них когда-либо нуждаются в ремонте, диагностике, смене масла, замене шин и дисков, а также мойке и химчистке.
3. Рост доходов населения. По данным Мурманскстата (от 22.08.07 г. «О показателях уровня жизни населения Мурманской области в январе–июле 2007 г.») среднемесячные денежные доходы на одного жителя в январе-июле составили 14090.1 рубля, по сравнению с соответствующим периодом 2006 года выросли на 18,4%.
4. Увеличение ДТП. На территории Мурманской области за 5 месяцев 2007г. зарегистрировано 359 дорожно-транспортных происшествий. Согласно статистике, около 55% ДТП связаны со столкновениями, опрокидываниями транспортных средств или съездами с проезжей части дороги, такие последствия имеют установка неоригинального оборудования, запчастей и деталей.

Таким образом, прогнозируя развитие ситуации, есть основание предполагать, что число машин, требующих ремонта и обслуживания будет только расти. И, следовательно понадобятся автозапчасти, которые либо покупают у российских дилеров, либо завозят самостоятельно, сотрудничая с поставщиками из стран Азии. Небольшим компаниям стоит посещать специализированные выставки и знакомиться на них с ассортиментом и ценами основных российских дилеров. Важно точно учитывать сезонность и своевременность закупок: наличие товара на складе не только сократит время обслуживания каждого клиента, но и ускорит оборачиваемость средств. 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.

**3. Потребители услуг**

Потребителей можно условно разделить на несколько групп:

1. По демографическому признаку: (возраст: от 18 и старше, размер семьи: 1-2 человека и более, жизненный цикл: молодые незамужние и неженатые люди, молодые семьи с ребенком и без детей, пожилые люди, уровень дохода: средний и выше);
2. По географическому признаку: жители г. Мурманска и близлежащих городов;
3. По психографическому признаку: (экстраверты (устойчивые, консервативные люди, подражатели, достигшие достаточно высокого положения в обществе) интегрированные личности (психологически стабильные, самоуверенные и активные люди, хорошо образованные, современны).
4. По поведенческому признаку: современные, активные автолюбители.

**4. Поставщики, партнеры, конкуренты**

Поставщиками профессионального ручного инструмента, пневмоинструмента, оборудования для шиномонтажа и балансировки, вспомогательного гаражного оборудования и маслосменного оборудования предположительно будут фирмы ООО «ДВТ-АВТО» и компания «Автодиагностика» г. Москва, ул. Генерала Белобородова д. 12, корп. 1 (полная информация о компаниях при согласовании учредителями всех поставщиков).

В планах можно реализовать заключение договоров со страховыми компаниями о направлении застрахованных автомашин (ОСАГО; КАСКО) на ремонт в автосервис (ООО «Страховая компания «НАСТА», «Ингосстрах», Росгосстрах), автомагазинами г. Мурманск и таксопарком.

Анализируя авторемонтный рынок можно выделить следующих конкурентов:

* «Мустанг» г. Мурманск, ул. Промышленная 18;
* «Форд» г. Мурманск, пр. Кольский 120;
* ООО «Дедал» г. Мурманск, ул. Кооперативная 4;
* «Вольво» г. Мурманск;
* «Автодом» г. Мурманск, ул. Адмирала Лобова 15А;
* Латавтосервис г. Мурманск, Ул. Пр. Кольский 110А;
* Южный автосервис г. Кола ул. Привокзальная 17.

Все вышеперечисленные автосервисы хорошо оснащены оборудованием известных фирм: «JONNESWAY», «BILTEMA» «MAKITA», «BOSH», «DEVILBIS», «WURTH», используют материалы известных фирм, таких как: «3М», «U-Pol» , «Sikkens» и т.д.

Все эти автосервисы предоставляет аналогичные услуги, что и наш автосервис:

* Монтаж-демонтаж;
* Шиномонтаж и балансировка;
* Контроль и диагностика;
* Подготовка и покраска легковых автомашин, микроавтобусов. Замена и вклейка лобовых, боковых и задних стекол, в том числе кузовной ремонт);
* Запчасти на заказ (как новые, так и б\у) в течении 3-7 дней от ведущих поставщиков Европы с гарантией;
* Полировка автомобиля.

Помимо вышеперечисленных услуг данные автосервисы предоставляют и другой спектр услуги в сфере технического обслуживания автомобиля. Так например, Южный автосервис предоставляет:

* Услуги электрика. Установка радиоаппаратуры, сигнализации;
* Эвакуация аварийных автомашин (до 2т.). Собственная охраняемая стоянка.

В дальнейшем Южный автосервис планирует расширение спектра услуг:

* Диагностика, техническое обслуживание и ремонт ходовой части автомобилей без ограничения их модельного ряда. Проверка состояния ходовой части, работоспособности амортизаторов;
* Все виды работ, связанные с электрической и гидравлической частью автомобиля.

Автосервисы «Форд», «Мустанг», «Дедал» дополнительно предлагают услуги в сфере технического обслуживания автомобилей:

* Ремонт и замена узлов и механизмов на отечественных и импортных автомобилях (двигатель, подвеска, ходовая, эл. оборудование);
* Стендовая очистка бензиновых и дизельных топливных систем (очистка форсунок, распылителей, насосов, топливопроводов);
* Замена масла (с применением специального оборудования);
* Замена тормозной жидкости (с применением специального оборудования).

Анализируя деятельность конкурентов, следует отметить, что все автосервисы имеют одни и те же проблемы, т.е. необученный, технически неграмотный персонал с «кустарным» методом работ (например, многие автолюбители не довольны качеством работы в автосервисе «Форд»), низкая оплата труда (например, «Мустанг» - текучесть кадров), что не способствует техническому росту; отмечен некачественный маркетинг – работа с клиентами.

Таким образом, можно сделать вывод, что почти все автосервисы предоставляют услуги среднего качества и ценам выше средних, но следует отметить, что «Дедал» завышает цены на свои услуги, а на станции «Форд» персонал низкой квалификации из-за чего предоставляются услуги, качество которых оставляет желать лучшего.

**5. План маркетинговых действий**

**5.1 Товарная политика**

Планируемый объем реализации услуг будут планироваться исходя из:

* сезонности, так как наибольший спрос на услуги шиномонтажа и основного ремонта наблюдается перед зимой и летом. Также следует отметить, что в июле и августе наблюдается спад спроса – т.к. время основных отпусков;
* уровня аварийности и технических неполадок, замены фильтров, масла и пр.
* мойка и химчистка сезонности не имеет.

**5.2 Ценовая политика**

Расчетная цена услуг предлагаемых автосервисом – это средняя цена по конкурентам или же из расчета, что доход 1 нормо-часа в ремонтом боксе составляет около 500 рублей, в автомойке – 400 руб. Время работы сервиса с 10.00 до 21.00 (график и продолжительность работы могут варьироваться в зависимости от количества персонала, производственных мощностей, притока клиентов и по соглашению учредителей).

**5.3 Сбытовая политика**

Что касается сбытовой деятельности, то можно предложить несколько действенных позиций по маркетингу, которые помогут привлечению автовладельцев и утвердить имидж предприятия:

* Выдача сервисных книжек с записью проделанной работы со сроком гарантии. Это дает право авто владельцу предъявлять обоснованные претензии автосервису, который со своей стороны будет нести полную юридическую ответственность за проделанную работу.
* Использование полезного и гибкого инструмент маркетинговой политики – системы скидок. Если, например, автовладелец обслужен в автосервисе свыше определенного количества раз, то ему будет предоставлена определенная скидка на все последующие услуги в течение текущего года, это будет способствовать выполнению ценой ее стимулирующей функции, а именно: способствует реализации услуг, облегчает завоевание постоянных клиентов и перспективное планирование деятельности фирмы, оказывает рекламное содействие предоставления услуг на рынке.
* Изготовление буклетов с последующим распространением по точкам реализации автомобилей и запасных частей, среди таксопарка.
* Также могут быть заключены договора с крупнейшими страховыми компаниями («НАСТА», «Ингосстрах», «Росгосстрах»), на основании которого страховые компании будут направлять застрахованные у них автомашины, при наступлении страхового случая, в наш автосервис.

Особое внимание нужно уделять рекламному воздействию на потребителей с помощью буклетов. Цель рекламы – привлечение внимания потенциальных клиентов к фирме, ее возможностям, предлагаемым услугам и т.д. Также реклама призвана не только содействовать спросу на услуги, но и решать целый спектр других проблем. Среди них: информация о предприятии, его достижениях, обеспечение общеизвестного призвания деятельности предприятия, формирование сознания клиентов, что они сделали верный выбор, демонстрация солидности предприятия и т.д. Буклеты могут быть заказаны в компании «Идея», которая находится по адресу г. Мурманск ул. Марата 1, в размере 300 штук (стоимость 100 штук – 1900 руб.) и будут распространяться по точкам реализации автомобилей и запасных частей.

**6. План производства**

Производственный процесс можно представить в несколько этапов:

1. Диагностика и устранение неполадок;
2. Демонтаж необходимых для ремонта деталей;
3. Монтаж деталей демонтажированных при ремонте;
4. Шиномонтаж и балансировка;
5. Замена масла, фильтров, накладок;
6. Мойка автомобиля и сдача автомобиля клиенту.

Следует отметить, что в зависимости от сложности ремонта автомобиля некоторые пункты не реализуются или добавляются.

Потребность в производственных площадях – 300 м2 (ремонтная зона) и около 200 м2 – парковка. Из 300 м2 200 м2 отводится на ремонтные боксы, 50 м2 – мойка (на 2 поста), 50м2 – офисные и складские помещения. Данное помещение предположительно будет арендоваться на территории Октябрьского района г. Мурманска из расчета около 350 руб. за 1м2 складских помещений в месяц и 250 руб. за 1м2 в месяц за паркинг (300 м2\* 350 руб./мес.+200 м2\*250 руб./мес.=155.00 руб./мес.). Установка всего оборудования по возможности будет производиться своими силами, т.е. без помощи строительных компаний, а при условии ремонта строительными компаниями составит около 340.000 рублей исходя из того, что в среднем 1м2 равен 1133 руб.

Приблизительный перечень необходимого оборудования с разбивкой на основное и вспомогательное (изменяется по согласованию) – таблица 6.1.

Таблица 6.1 – Перечень оборудования

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Оборудование** | **Кол-во единиц** | **Стоимость единицы** | **Общая стоимость** |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Основное оборудование: |  |  |  |
| Шиномонтажное оборудование (Италия):  GOLDEN 1048 S Стенд балансировочный микропроцессорный с эл. приводом, автомат. измерение расстояния и диаметра обода, авт. расположение колеса, 10”-24”, 65 кг., 220В | 1 | 107.650 руб. | 107.650 руб. |
| GOLDEN 1000 Racing GT - Стенд шиномонтажный с электромеханическим и пневмоприводом, 10”-26”, мах. диаметр колеса 1200 мм, ширина 390 мм (взрывная накачка) | 1 | 90.300 руб. | 90.300 руб. |
| Press Arm Maxi - устройство для облегчения монтажа/демонтажа низкопрофильных шин (только для GOLDEN 1000 Racing) | 1 | 28.900 руб. | 28.900 руб. |
| GG 0610 – компрессор передвижной с автоматикой (ресивер 270 л., 610 л/мин. по всасыванию, 10 атм., 4кВт), (Италия) | 1 | 32.900 руб. | 32.900 руб. |
| Oma (Италия) - Подъемник электрогидравлический 2-х стоечный без основания г/п 4 т, высота подъема h=100 – 1930 мм, 380В, 2,2 кВт | 2 | 4.027 €  (144.972 р.) | 8.054 €  (289.944 р.) |
| Oma (Италия) - Подъемник электрогидравлический 2-х стоечный без основания г/п 5 т, высота подъема h=125 – 1965 мм, 380В, 3 кВт | 2 | 6.667 €  (240.012 р.) | 13.334 €  (480.024 р.) |
| Oma (Италия) - Подъемник электрогидравлический 2-х стоечный с основанием г/п 3 т, высота подъема h=120 – 1920 мм, 2,2 кВт | 2 | 3.820 €  (137.520 р.) | 7.640 €  (275.040 р.) |
| ФФУ-2М Установка очистки сточных вод 2м куб./час | 1 | 185.610 руб. | 185.610 руб. |
| Моечное оборудование:  ТХ 14/120 - Мойка высокого давления Р-130 Бар., 840л/ч, 380В, 3,8кВт (Италия) | 2 | 21.500 руб. | 43.000 руб. |
| Кассетница (G, 40 кассет) 1760\*450\*670 (кассета 300\*82) | 6 | 19.500 руб. | 117.000 руб. |
| Электрический вулканизатор «Пионер» 220в 840вт с двумя нагр. элементами t=1500 С, скобой для боковых повреждения шин л/а | 1 | 17.000 руб. | 17.000 руб. |
| Стапель-М механический борторасширитель для легковых шин | 1 | 6.000 руб. | 6.000 руб. |
| Специальные комплекты для л/а AXONE 2000 CAR базовый комплект включает: карту памяти с программой, кабель питания от прикуривателя, кабель питания от АКБ, зарядное устройство 220В, модули для K/L и OBD проколов, основной кабель с мультиплексором и кабель EOBD 16pin  Модем  Комплект для подключения к ПК  Стандартный комплект Европейских кабелей | 2 | 4.800 €  (172.800 р.) | 9.600 € (345.600 р.) |
| Установка по заправке кондиционеров:  KOMFORT 610E - автоматическая установка для заправки и обслуживания климатических систем (масло и UV краска вводятся автоматически), обновляемая база данных, насос 100 л/мин., баллон 20 кг.  Защитная накидка | 1 | 3.500 €  (126.000 р.) | 3.500 €  (126.000 р.) |
| Маслосменное оборудование  Oma 833 – установка для сбора отработанного масла с воронкой, 80 л. и через щуп | 1 | 390 € | 14.040 р. |
| Оборудование здания автомойки и возведение водонепроницаемых перекрытий |  |  | ок. 150.000 руб. |
| **Вспомогательное оборудование** |  |  |  |
| Домкрат подкатной, г/п 3.000 кг | 2 | 495 €  (17.570 р.) | 900 €  (35.140 руб.) |
| Комплект для промывки системы кондиционера | 1 | 920 €  (33.120 р.) | 920 €  (33.120 р.) |
| Комплект для определения утечек, очки, UV масло, фонарь | 1 | 360 €  (12.960 р.) | 360 €  (12.960 р.) |
| Перчатки защитные 3 М | 10 | 200 руб. | 2.000 руб. |
| Рабочая одежда 3 М | 10 | 1.100 руб. | 11.000 руб. |
| Шкафы для инструмента | 3 | 3.500руб. | 10.500 руб. |
| **Итого** |  |  | **2.263.728 р.** |

Таким образом, затраты на основное и вспомогательное оборудования составят 2.413.728 руб.

**7. Организационно-кадровый план**

Организационная структура предприятия будет представлять собой линейную структуру, так как она наиболее подходит для нашего автосервиса, потому что идеей будущего бизнеса является создание небольшого предприятия, численность персонала которого составит около 12-14 человек:

Директор (з/п фиксированная 15.000+%=35000 руб./мес. и более в зависимости от выручки);

Бухгалтер (з/п фиксированная 25.000 руб./мес.);

Менеджер по сервису (прием и оформление заказов) – (з/п около 15.000 руб./мес.);

Монтажники, слесари, мойщики (8-10 чел.) – (з/п 10.000+%=20.000 руб./мес.);

Сторож и уборщик территории (2 чел.) – (з/п около 8.000 руб./мес.).

Таблица 7.1 – Персонал автосервиса

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование должности** | **Количество человек** | **Оплата, руб.** | **Всего, руб.** |
| Директор | 1 | 35000 | 35000 |
| Бухгалтер | 1 | 25000 | 25000 |
| Менеджер по сервису | 1 | 15000 | 15000 |
| Монтажники | 4 | 20000 | 80000 |
| Слесари | 4 | 20000 | 80000 |
| Мойщики | 2 | 20000 | 40000 |
| Сторож | 1 | 8000 | 8000 |
| Уборщик | 1 | 8000 | 8000 |
| **Итого** | **15** |  | **291000** |

**8. Анализ рисков проекта и пути их нейтрализации**

**8.1 Анализ рисков проекта**

Рассмотрим все возможные риски, которым будет подвержен проект в процессе его реализации.

1. Подготовительная стадия – выполнение всего комплекса работ, необходимого для начала проекта. На данной стадии возможны следующие риски:

* риск, завышения арендной платы из-за монополистического положения владельца;
* отношение местных органов (возможность введения ограничений, например, органами противопожарной службы и др.);
* риск завышения цен на материалы и оборудование;
* недобросовестность поставщиков, задержка поставки материалов.

1. Строительная стадия – ремонт необходимого здания (сооружения), закупка и монтаж оборудования. На данной стадии возможны следующие риски:

* выбор неквалифицированного или недобросовестного подрядчика, что ведет к увеличению сроков ремонта и задерживает ввод объекта в эксплуатацию;
* несвоевременная поставка оборудования, что увеличивает срок монтажа оборудования и выплата штрафов подрядчику;
* непредвиденные затраты, в том числе из-за инфляции, что ведет к увеличению заемных средств;
* недостаток проектно-изыскательных работ (увеличение стоимости работ за сложность).

1. Стадия функционирования – вывод проекта на полную мощность и получение прибыли.

3.1 Финансово-экономические риски:

* снижение намеченных объемов производства и реализации услуг вследствие снижения производительности труда, простоя оборудования, потерь рабочего времени, отсутствия необходимого количества исходных материалов, повышенного процента брака производимых услуг;
* снижение цен, по которым планировалось реализовывать услугу, в связи с ее недостаточным качеством, неблагоприятным изменением рыночной конъюнктуры, падением спроса;
* увеличение расхода материальных затрат в результате перерасхода материалов, топлива, энергии, а так же за счет увеличения транспортных расходов и других побочных расходов;
* рост фонда оплаты труда за счет превышения намеченной численности работников либо за счет выплат более высокого, чем запланировано, уровня заработной платы отдельным сотрудникам;
* снижение объемов реализации в результате падения спроса или потребности на услуги, реализуемые фирмой, вытеснение его конкурирующими услугами;
* повышение закупочной цены материалов из-за монопольного положения поставщика;
* потери качества услуги в процессе ее создания, что приводит к снижению его цены;
* повышение издержек в сравнении с намеченными в результате выплаты штрафов, непредвиденных отчислений, что приводит к снижению прибыли фирмы;
* риск снижения финансовой устойчивости (или риск нарушения равновесия финансового развития) – этот риск генерируется несовершенством структуры капитала (чрезмерной долей используемых заемных средств), порождающим несбалансированность положительного и отрицательного денежных потоков предприятия по объемам;
* инфляционный риск – этот вид риска характеризуется возможностью обесценения реальной стоимости капитала (в форме финансовых активов предприятия), а также ожидаемых доходов от осуществления финансовых операций в условиях инфляции.
* налоговый риск – этот вид финансового риска имеет ряд проявлений: вероятность введения новых видов налогов и сборов на осуществление хозяйственной деятельности; возможность увеличения уровня ставок действующих налогов и сборов; изменение сроков и условий осуществления отдельных налоговых платежей; вероятность отмены действующих налоговых льгот в сфере хозяйственной деятельности предприятия;
* низкая дисциплина поставок материалов из-за неквалифицированного или недобросовестного поставщика;
* усиление позиций конкурентов, что может вызвать падение продаж или снижение цены;
* увеличение арендной платы, что приведет к увеличению затрат;
* неэффективная маркетинговая компания, что может привести к низкому спросу и неоправданным затратам;

3.2 Социальные риски:

* трудность с набором квалифицированного персонала, т.к. данная сфера деятельности является специфической и новой и как таковых нет специальных учреждений, подготавливающих специалистов в данной области, это может привести к затратам на комплектование персонала;
* низкая квалификация кадров, может привести к увеличению брака, снижению ритмичности производственного процесса, падение спроса на услуги;
* недостаточный уровень заработной платы, вследствие чего текучесть кадров, снижение производительности труда.

3.3 Технические риски определяется степенью организации производства, проведением превентивных мероприятий (регулярной профилактики оборудования, мер безопасности), возможностью проведения ремонта оборудования собственными силами фирмы. К этой группе рисков относятся:

* вероятность потерь в результате низких технологических возможностей производства, например, как правило, количество стендов для ремонта на автосервисном предприятии строго ограничено, так как это дорогое оборудование и поэтому каждому автомобилю приходится стоять в очереди, ожидая, когда освободится стенд, и при хорошей организации производства, при умелом и грамотном планировании загрузки оборудования приведенная схема, конечно, работает, но стоит только одному из ремонтируемых авто по какой-либо причине задержаться на стенде, как вся она рушится;
* вероятность потерь в результате сбоев и поломки оборудования;
* отсутствие резерва мощности (невозможность покрыть пиковый спрос);
* новые технологии, т.к. данное направление является достаточно новым, поэтому постоянно совершенствуется и появляется новое оборудование, следствием чего является увеличение затрат на освоение;
* вероятность потерь в результате недостижения запланированных технических параметров в ходе конструкторских и технологических разработок.

3.4 Экологические риски связаны со следующими факторами неопределенности, оказывающими влияние на состояние окружающей среды в государстве, регионе и влияющими на деятельность организации: загрязнение окружающей среды, радиационная обстановка, экологические катастрофы, экологические программы и экологические движения. Здесь можно выделить:

* техногенный риск, т.к. некоторые материалы, которые используются в производстве услуг, обладают отравляющими и иными вредными веществами.

3.5. Политические риски – это возможность возникновения убытков или сокращения размеров прибыли, являющихся следствием государственной политики:

* вмешательства в предпринимательскую деятельность региональных органов управления;
* изменения действующего законодательства не в сторону предпринимателей;
* некомпетентность или лоббирование интересов отдельных групп лиц при принятии законодательных актов;
* неадекватность существующей в государстве системы налогообложения.

Проведем комплексный анализ рисков с использованием методики постадийной оценки риска.

Вероятность (V %):

«0%» - событие не возникает;

«25%» - событие скорее всего не возникает (не реализуется);

«50%» -форс-мажорные обстоятельства или их отсутствие;

«75%» - событие скорее всего проявится;

«100%» - событие реализуется наверняка.

Вес (W) характеризует принадлежность риска к соответствующей зоне:

1 – катастрофический риск;

0.1 – критический риск;

0.06 – повышенный риск;

0.001 – минимальный риск.

Значение риска: Р1 = V % \* W

Риск по группе: Р2% = Р1+Р2+………

Таблица 8.1 – Возможность возникновения рисковой ситуации и ее оценка

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Стадия проекта** | **Перечень рисков** | **Вер. события %** | **Вес** | **Знач. Риска Р1** | **Риск по группе Р2** |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 1.Подготовительная стадия. | 1.Вероятность получение какого-либо кредита под большой процент; | 25 % | 0.1 | 2.5 | 15.1 |
| 2. Завышение арендной платы. | 80 % | 0.1 | 8 |
| 3. Отношение местных органов | 75 % | 0.06 | 4.5 |
| 4. Завышение цен на материалы | 50 % | 0.001 | 0.05 |
| 5.Недобросовестн-ость поставщиков (доставка не в срок) | 50 % | 0.001 | 0.05 |
| 2. Строительная стадия | 1.Недобросовестность подрядчика | 25 % | 0.001 | 0.025 | 6.05 |
| 2.Несвоевременная поставка оборудования | 50 % | 0.06 | 3 |
| 3.Непредвиденные затраты | 50 % | 0.06 | 3 |
| 4. Недостаток проектно – изыскательных работ | 25 % | 0.001 | 0.025 |
| 3. Эксплуатационная стадия. | | | | | |
| 3.1. Финансово – экономические факторы. | 1. снижение намеченных объемов производства и реализации услуг | 50 % | 0.06 | 3 | 46.025 |
| 2. снижение цен | 25 % | 0.06 | 1.5 |
| 3. увеличение расхода материальных затрат | 75 % | 0.06 | 4.5 |
| 4. рост ФОТ | 50 % | 0.001 | 0.05 |
| 5.снижение объемов реализации, изменение спроса | 50 % | 0.06 | 3 |
|  | 6. повышение закупочной цены материалов | 25 % | 0.06 | 1.5 |  |
| 7. потери качества услуги в процессе ее создания | 50 % | 0.06 | 3 |
| 8. повышение издержек в сравнении с намеченными в результате выплаты штрафов, непредвиденных отчислений | 25 % | 0.001 | 0.025 |
| 9. риск снижения финансовой устойчивости (или риск нарушения равновесия финансового развития) | 50 % | 0.06 | 3 |
| 10.инфляционный риск |  |  |  |
| 11.налоговый риск | 50 % | 0.001 | 0.05 |
| 12.кредитный риск | 50 % | 0.06 | 3 |
| 13.риск того, что сумма расходов по уплате процентов по кредиту, взятому под фиксированный процент, окажется более высокой, чем в случае кредита под плавающий процент, или наоборот | 50 % | 0.06 | 3 |
| 14.низкая дисциплина поставок материалов | 25 % | 0.06 | 1.5 |
| 15.усиление позиций конкурентов | 75% | 0.1 | 7.5 |
| 16.увеличение арендной платы | 80 % | 0.06 | 4.8 |
| 17.неэффективная маркетинговая компания | 25 % | 0.06 | 1.5 |
| 18. риск, связанный с недобросовестностью страховой компании | 85 % | 0.06 | 5.1 |
| 3.2. Социальные факторы | 1. трудность с набором квалифицированного персонала | 75 % | 0.1 | 7.5 | 12.05 |
| 2. низкая квалификация кадров | 75 % | 0.06 | 4.5 |
| 3. недостаточный уровень заработной платы | 50 % | 0.001 | 0.05 |
| 3.3. Технические факторы | 1. вероятность потерь в результате низких технологических возможностей производства | 80 % | 0.06 | 4.8 | 20.1 |
| 2.вероятность потерь в результате сбоев и поломки оборудования | 50 % | 0.06 | 3 |
| 3.отсутствие резерва мощности | 75 % | 0.06 | 4.5 |
| 4.новые технологии | 80 % | 0.06 | 4.8 |
| 5.вероятность потерь в результате недостижения запланированных технических параметров | 50 % | 0.06 | 3 |
| 3.4.Экологические факторы | 1. техногенный риск | 100 % | 0.001 | 0.1 | 0.1 |
| 3.5. Политические факторы | 1. вмешательства в предпринимательскую деятельность региональных органов управления | 50 % | 0.001 | 0.05 | 4.575 |
| 2. изменения действующего законодательства не в сторону предпринимателей | 25 % | 0.06 | 1.5 |
|  | 3.некомпетентность или лоббирование интересов отдельных групп лиц при принятии законодательных актов | 25 % | 0.001 | 0.025 |  |
| 4. неадекватность существующей в государстве системы налогообложения | 50 % | 0.06 | 3 |
| **Итого:** | | | | | **103.91** |

Таким образом, можно сделать вывод о том, что данный проект наиболее подвержен влиянию финансово-экономических рисков: увеличение расхода материальных затрат; усиление позиций конкурентов, увеличение арендной платы, социальных рисков: трудность с набором квалифицированного персонала и низкая квалификация кадров; технологического риска: вероятность потерь в результате низких технологических возможностей производства; отсутствие резерва мощности и новых технологий. Также следует учитывать и принимать во внимание риски о вероятности возникновения форс-мажорных ситуаций.

**8.2 Меры по профилактике и нейтрализации рисков**

Исходя из рассмотренных выше рисков, можно выделить следующие методы уклонения от риска, которые наиболее распространены в хозяйственной практике, ими пользуются предприниматели, предпочитающие действовать наверняка. Методы уклонения от риска включают:

* отказ от ненадежных партнеров, т.е. стремление работать только с надежными, проверенными партнерами;
* поиск гарантов, т.о. при поиске гарантов, как и при страховании, целью является перенос риска на какое-либо третье лицо. Функции гаранта могут выполнять различные субъекты (различные фонды, государственные органы, предприятия) при этом необходимо соблюдать принцип равной взаимной полезности, т.е. желаемого гаранта можно заинтересовать уникальной услугой, совместной реализацией проекта;
* увольнение некомпетентных работников.

Другим приемом снижения степени риска является:

* диверсификация видов деятельности и зон хозяйствования это расширение ассортимента оказываемых услуг, ориентация на различные социальные группы потребителей;
* диверсификация сбыта, т.е. работа одновременно на нескольких рынках, когда убытки на одном рынке, могут быть компенсированы успехами на других рынках, распределение поставок между многими потребителями, стремясь к равномерному распределению долей.
* прогнозирование внешней обстановки, т.е. периодическая разработка сценариев развития и оценки будущего состояния среды хозяйствования для участников проекта, прогнозирование поведения партнеров и действий конкурентов;
* мониторинг социально-экономической и нормативно-правовой среды предполагает отслеживание текущей информации о соответствующих процессах. Необходимо широкое использование информатизации – приобретение и постоянное обновление систем нормативно-справочной информации, подключение к сетям коммерческой информации, проведение собственных прогнозно-аналитических исследований. Полученные данные позволят уловить тенденции развития взаимоотношений между хозяйствующими субъектами, дадут время для подготовки к нормативным новшествам, предоставят возможность принять соответствующие меры для компенсации потерь от новых правил хозяйственной деятельности и скорректировать оперативные и стратегические планы;
* создание системы резервов этот метод близок к страхованию, но сосредоточенному внутри предприятия. На предприятии могут создаваться страховые запасы материалов;
* обучение персонала и его инструктирование.

Следует отметить, что основным источником финансирования риска будет являться чистая прибыль предприятия, которую в дальнейшем можно пустить на развитие производственных мощностей (создание круглосуточной службы эвакуации, создание ремонтного бокса по кузовному ремонту).

**9. Финансовый план**

Определим эффективность планируемого бизнеса исходя из:

1. Расчета капитальных затрат;
2. Прогнозного отчета о прибыли и убытках;
3. Стратегии финансирования.

**9.1 Расчет капитальных затрат**

Таблица 9.1 – расчет капитальных затрат

|  |  |
| --- | --- |
| **Статьи затрат** | **Сумма в рублях** |
| 1. Необходимое помещение и паркинг (аренда) | 150.000 руб./мес. |
| 2. Ремонтные работы (при производстве строй бригадами) | 490.000 руб. (с учетом оборудования здания мойки) |
| 3. Основное производственное оборудование | 2.159.008 руб. |
| 4. Вспомогательное оборудование | 104.720 руб. |
| 5. Затраты на маркетинг | 5.700 руб. |
| 6. Затраты на оплату труда персоналу | 291.000 руб./мес. |
| 7. Затраты на электроэнергию | ок. 14 000 руб./мес. |
| 8. Налоги (налог на вмененный доход) | 18.680 руб./мес. |
| **Итого** | **3.233.108 руб.** |

Таким образом, для начала функционирования автосервиса необходимо 3.233.108 руб. и по согласованию между участниками проекта можно установить некоторую сумму для форс-мажорных обстоятельств.

**9.2 Прогноз прибыли и убытков**

Норма прибыли устанавливается из расчета:

1 нормо-час в ремонтом боксе – 500 руб.;

1 нормо-час на мойке – 400 руб.;

Режим работы с 10.00-21.00, т.е. 11 часов;

Кол-во рабочих дней в неделю – 6 дней;

Заполняемость автосервиса – 65% в день (по статистическим данным).

Норма выручки = ((500 р.\*11 ч.\* 8 машино-мест) + (400 р.\*11 ч. \* 2 машино-места)) \*0,65 \* 24 дня = 823 680 руб.

Валовую прибыль найдем по формуле:

Норма выручки – прямые издержки = Валовая прибыль, (9.1)

Валовая прибыль = 995 280 руб. – 150 000 руб. (аренда) – 5 700 руб. (маркетинг) – 291.000 руб. (з/п) – 14 000 руб. (эл. энергия) = 362 980 руб.

Чистую прибыль найдем по формуле:

Валовая прибыль – налоги = Чистая прибыль, (9.2)

Чистая прибыль = 362 980 руб. – 18 640 руб. = 344 340 руб./мес.

**9.3 Период окупаемости и нормы рентабельности**

В соответствии со стратегией финансирования – все денежные средства собственные.

Для оценки наших вложений необходимо рассчитать среднюю норму рентабельности, которая представляет собой доходность проекта как отношение между среднегодовыми поступлениями от его реализации и величиной начальных инвестиций.

*ARR (сред. норма рентабельности)* показывает средний годовой доход, который можно получить от реализации проекта рассчитаем по формуле:

*n*

*ARR = (( ∑ CFt) / (n/12)) / Investments*, (9.3)

*t=1*

где CFt – денежные поступления (валовая выручка);

t-месяцаn – длительность проекта, месяцы;

Investments – начальные инвестиции.

Среднюю норму рентабельности найдем по формуле 9.3:

*ARR* = ((823 680 руб./ (1+0,12)1 + 823 680 руб./(1+0,12)2 + 823 680 руб./(1+0,12)3 + 823 680 руб./(1+0,12)4 + 823 680 руб./(1+0,12)5 + 823 680 руб./(1+0,12)6 + 823 680 руб./(1+0,12)7 + 823 680 руб./(1+0,12)8 + 823 680 руб./(1+0,12)9 + 823 680 руб./(1+0,12)10 + 823 680 руб./(1+0,12)11 + 823 680 руб./(1+0,12)12) / 3 233 108 руб.=9 884 160 руб./ 3 233 108 руб. =(735 428,57 руб. + 656 632,65 руб. + 586 279,15 руб. + 523 463,53 руб. + 467 378,15 руб. + 417 301,92 руб. + 372 591 руб. + 332 670,53 руб. + 297 357,4 руб. + 265 497,67 руб. + 237 051,49 руб. + 211 653,12 руб.)/ 3 233 108 руб. = 5 103 305,18 руб. /3 233 108 руб. = 1,57

Т.о. ARR (средняя норма рентабельности) составит за год 157%

*Чистый приведенный доход (NPV, ЧДД)* представляет собой абсолютную величину дохода от реализации проекта с учетом ожидаемого изменения стоимости денег. При расчете показателей эффективности денежные потоки дисконтируются (приводятся к будущей стоимости денег), т.е. учитывают изменение стоимости и находятся по формуле:

*n*

*NPV = ∑ CFt /(1+r)t -1 – Investments> 0,* (9.4)

*t=1*

где Investments – начальные инвестиции;

CFt – денежные поступления (валовая выручка);

I – инвестиционные затраты в месяц;

r – процентная ставка или ставка рефинансирования;

t – период;

n – длительность проекта, месяцы.

Рассчитаем NPV по формуле 9.4:

*NPV* = ((823 680 руб./ (1+0,12)1 + 823 680 руб./(1+0,12)2 + 823 680 руб./(1+0,12)3 + 823 680 руб./(1+0,12)4 + 823 680 руб./(1+0,12)5 + 823 680 руб./(1+0,12)6 + 823 680 руб./(1+0,12)7 + 823 680 руб./(1+0,12)8 + 823 680 руб./(1+0,12)9 + 823 680 руб./(1+0,12)10 + 823 680 руб./(1+0,12)11 + 823 680 руб./(1+0,12)12) / 3 233 108 руб.=9 884 160 руб./ 3 233 108 руб. =(735 428,57 руб. + 656 632,65 руб. + 586 279,15 руб. + 523 463,53 руб. + 467 378,15 руб. + 417 301,92 руб. + 372 591 руб. + 332 670,53 руб. + 297 357,4 руб. + 265 497,67 руб. + 237 051,49 руб. + 211 653,12 руб.)/ 3 233 108 руб. = 5 103 305,18 руб. - 3 233 108 руб. = 1 870 197,18 руб.

Таким образом, чистая прибыль (выручка за минусом всех расходов и налогов) за один календарный год должна составить 1 870 197,18 рублей.

*Период окупаемости (РВ)* – это время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного притока (формула 9.5).

Более реалистичные прогнозы дает дисконтированный период окупаемости, т.е. с пересчетом на будущую стоимость денег и в данном случае чистый денежный поток дисконтируется.

*n*

*DPB = Investments/ ∑ CFt /(1+r)t -1*, (9.5)

*t=1*

Рассчитаем период окупаемости по формуле 9.5:

*DPB =* 3 233 108 руб./5 103 305,18 руб. = 6,3 месяца по валовому доходу.

**Заключение**

С 8 февраля 2007 года лицензирование автосервисов отменено, но для легальной работы каждому сервису необходимо получить сертификат соответствия на выполнение авторемонтных работ.

Также предстоит заключить договор с одной из организацией, занимающихся вывозом мусора и жидких токсичных отходов. Главный отход – отработанное масло. К примеру, стоимость вывоза одного контейнера мусора сейчас равна 250 руб. А за вывоз и утилизацию 1 кубометра водно-масляной суспензии придется отдать от 5 до 8 тыс. руб. Что интересно, на этом можно сэкономить – отработанное масло (без примесей) некоторые предприятия готовы забирать даже бесплатно. На кирпичных заводах его используют для топки печей, а на бетонных смазывают им формы для отливки блоков.

Но самый важный момент – это подбор места под автомастерскую. Подходящий участок должен занимать не менее 3 соток, располагаться не ближе чем в 50 метрах от соседних домов и иметь централизованную систему канализации.

По словам директоров агентств недвижимости, в связи с резко увеличившимся спросом на участки будущий участок лучше выкупать в собственность, поскольку аренда может доходить до 15000 рублей за один бокс в месяц.

При этом первостепенное значение для автосервиса сохраняет месторасположение поблизости от основных автомагистралей.

Чтобы открыть свой автосервис, необходимо получить не только всевозможные разрешения СЭС, ГИБДД, пожарных служб, но и зачастую согласие соседей, поэтому следует планировать бюджет не точно, а с учетом неожиданных расходов, т.е. создавать резервный фонд.

**Список использованной литературы**

1. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы – М.: Дрофа, 2004. – 680 с.
2. Басовский Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 478 с.
3. Борманн Д., Воротина Л.И., Федерманн Р. Менеджмент «Предпринимательская деятельность в рыночной экономике»: Пер. с нем. – Гамбург, 2004. – 564 с.
4. Ворст И., Ревентлоу П. Экономика фирмы. – М.: Высшая школа, 2004. – 564с.
5. Егоров Ю.Н., Варакута С.А. Планирование на предприятии. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 290 с.
6. Иванов Ю.Н. ,Токарев В.В., Уздемир А.П. Методологические основы экономического планирования и прогнозирования. – М.: МФТИ, 2003. – 390с.
7. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчётности. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 675 с.
8. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. - М.: Прогресс, 2005. – 876с.
9. Краткий курс МВА «Практическое руководство по развитию ключевых навыков управления» / Барри Пирсон, Нил Томас; Пер с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 338 с.
10. Краткий курс МВА «Практическое руководство по развитию ключевых навыков управления» / Барри Пирсон, Нил Томас; Пер с англ. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 338 с.
11. Мэскон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 2005. – 429 с.
12. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий. – М.: Инфра-М, 2006. – 330 с.
13. Смирнов С.А. Стратегическое планирование: Учебно-практическое пособие. – М.: МЭСИ, 2007. – 568 с.
14. Уткин Э.А. Бизнес-план. Организация и планирование предпринимательской деятельности. – М.: Тандем, 2007. – 486 с.
15. Фатхудинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник. – М.: ЗАО «Бизнес школа», 2006. – 590 с.
16. Шадрина Г.В. Комплексный экономический анализ./ Г.В. Шадрина. –М.: Юнити, 2005. – 287 с.
17. Интернет ресурсы

**Приложение**

Организация работы бокса по кузовному ремонту на базе автосервиса.

Таблица А.1 – Необходимое оборудование для организации производства для бокса по кузовному ремонту

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Оборудование** | **Количество единиц** | **Стоимость единицы** | **Общая стоимость** |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Основное оборудование: |  |  |  |
| 1. Стапель для вытяжки JONNESWAY | 1 шт. | 170 000 руб. | 170 000 руб. |
| 2. Сварочный аппарат BILTEMA | 2 шт. | 18 000 руб. | 36 000 руб. |
| 3. Компрессор BILTEMA | 1 шт. | 50 000 руб. | 50 000 руб. |
| 4. Пылесос MAKITA | 3 шт. | 8 000 руб. | 24 000 руб. |
| 5. Экcцентриковая шлифовальная машинка BOSH | 3 шт. | 5 000 руб. | 15 000 руб. |
| 6. Машинка отрезная BOSH | 2 шт. | 3 000 руб. | 6 000 руб. |
| 7. Машинка полировочная MAKITA | 1 шт. | 7 000 руб. | 7 000 руб. |
| 8. Фен промышленный BOSH | 2 шт. | 1 500 руб. | 3 000 руб. |
| 9. Шуруповерт JONNESWAY | 1 шт. | 1 500 руб. | 1 500 руб. |
| 10. Набор гидроинструмента (4 тонны; 18 предметов) JONNESWAY | 1 шт. | 6 436 руб. | 6 436 руб. |
| 11. Набор гидроинструмента (10 тонны; 18 предметов) JONNESWAY | 1 шт. | 11 659 руб. | 11659 руб. |
| 12. Шланг для сжатого воздуха | 600 метров | 30 руб. | 1 800 руб. |
| 13. Краскопульт грунтовочный SATA | 2 шт. | 5 000 руб. | 10 000 руб. |
| 14. Краскопульт покрасочный DEVILBIS | 2 шт. | 16 000 руб. | 32 000 руб. |
| 15. Краскопульт для антигравийного покрытия SATA | 1 шт. | 5 000 руб. | 5 000 руб. |
| 16. Пневмопистолет продувочный SATA | 1 шт. | 1 000 руб. | 1 000 руб. |
| 17. Редуктор давления воздушный SATA | 2 шт. | 1 450 руб. | 2 900 руб. |
| 18. Влагомаслоотделитель SATA | 1 шт. | 600 руб. | 600 руб |
| 19. Набор пневмоинструмента (дрель, ножовка, зубило, бормашинка, гайковерт) JONNESWAY | 1 шт. | 12 000 руб. | 12 000 руб. |
| 20. Пневмоинструмент для туб BILTEMA | 1 шт. | 3 000 руб. | 3 000 руб. |
| 22. Набор инструмента (101 предмет) JONNESWAY | 2 шт. | 5 637 руб. | 11 274 руб. |
| 23. Шлифок длинный 3 M | 4 шт. | 1 500 руб. | 6 000 руб. |
| 24. Шлифок малый 3 M | 2 шт. | 900 руб. | 1 800 руб. |
| 25. Набор шлифков под круглую наждачку 3 M | 1 шт. | 2 400 руб. | 2 400 руб. |
| 26. Набор шпателей 3 M | 2 шт. | 50 руб. | 100 руб. |
| 27. Кисточки универсальные | 6 шт. | 20 руб. | 120 руб. |
| 28. Тиски | 1 шт. | 2 500 руб. | 2 500 руб. |
| 28. Набор правок и молотков JONNESWAY | 1 шт. | 1 500 руб. | 1 500 руб. |
| 29. Набор для рехтовки (10 предметов) JONNESWAY | 1 шт. | 2 100 руб. | 2 100 руб. |
| 30. Набор для демонтажа лобовых стекол JONNESWAY | 1 шт. | 2 300 | 2 300руб. |
| 31. Домкрат JONNESWAY | 1 шт. | 1 500 руб. | 1 500 руб. |
| 32. Противооткаты JONNESWAY | 2 шт. | 250 руб. | 500 руб. |
| 33. Набор для мойки автомобиля (ведро, губка) | 1 шт. | 250 руб. | 250 руб. |
| 34. Гидроустановка BILTEMA | 1 шт. | 50 000 руб. | 50 000 руб. |
| 35. Защита органов дыхания (рейсператор) 3М | 2 шт. | 900 руб. | 1 800 руб. |
| 36. Набор защиты органов слуха, зрения 3М | 2 шт. | 1 100 руб. | 2 200 руб. |
| 37. Перчатки защитные 3 М | 6 шт. | 200 руб. | 1200 руб. |
| 38. Рабочая одежда 3 М | 6 шт. | 1 500 руб. | 9 000 руб. |
| Вспомогательное оборудование: |  |  |  |
| 1. Лаборатория по цветоподбору Spies Hecker | 1 шт. | 200 000 руб. | 200 000 руб. |
| 2. Камера для покраски Gelios | 1 шт. | 783 000 руб. | 783 000 руб. |
| 3. Лампа для цветоподбора 3 М | 1 шт. | 17 000 руб. | 17 000 руб. |
| 4. Инфракрасные лампы | 17 шт. | 2 000руб. | 34 000руб. |
| 5. Скамейки для раздевалок | 2 шт. | 1 200 руб. | 2 400 руб. |
| 6. Шкафы для инструмента | 3 шт. | 3 500руб. | 10 500 руб. |
| **Итого** |  |  | **1 501 443 руб.** |

Таким образом, затраты на основное и вспомогательное оборудования составят 1 501 443 руб.

Осуществлением контроля качества будет заниматься менеджер по сервису. Контроль качества будет осуществляться на каждом этапе производственного процесса. Необходимо также учесть стоимость аренды помещений, з/п новым сотрудникам, оплату эл./энергии, налоговые отчисления.

Таблица А.2 – Расчет будущих капитальных затрат для открытия бокса по кузовному ремонту на 4-6 машин

|  |  |
| --- | --- |
| **Статьи затрат** | **Сумма в рублях** |
| 1. Необходимое помещение (аренда - 300 м2) | 90.000 руб./мес. |
| 2. Ремонтные работы | ок. 240.000 руб. |
| 3. Основное производственное оборудование | 485.839 руб. |
| 4. Вспомогательное оборудование | 1.080.355 руб. |
| 5. Затраты на оплату труда персоналу (6 слесарей) | 120.000 руб. |
| 7. Затраты на электроэнергию | ок. 14 000 руб. |
| 8. Налоги (налог на вмененный доход) | 18.680 руб./мес. |
| **Итого** | **2.047.884 руб.** |

Срок окупаемости по валовой норме доходности около полугода, при использовании производственных мощностей на 65% и сезонности работ.