

Temat: Budowa biznes planu
Część III

Niniejszy przykład biznes planu został przygotowany na podstawie dokumentu złożonego z wnioskiem kredytowym o udzielenie kredytu inwestycyjnego.

Wszelkie dane osobowe właściciela, osób powiązanych, dane firmy oraz dane dokumentów, miejscowości zostały zmienione.

BIZNES PLAN

Tytuł przedsięwzięcia: Budowa samoobsługowej myjni samochodowej

Firma/ Inwestor: Jan Kowalski „Laurie”
Adres: ul. Gorzewska 1 b
Pruszcz
woj. pomorskie

Warszawa, styczeń 2011

<u>Spis treści:</u>	strona
I. Wstęp	3
II. Charakterystyka przedsiębiorstwa.	3
1. Podstawowe dane o firmie.	3
2. Historia rozwoju firmy.	4
3. Misja i cele przedsiębiorstwa.	4
4. Powiązania z innymi podmiotami.	4
5. Firmy współpracujące z przedsiębiorstwem.	5
6. Kadra zarządzająca przedsiębiorstwem i zatrudnienie.	5
7. Współpraca z bankami.	5
III. Charakterystyka przedsięwzięcia.	6
1. Opis inwestycji.	6
2. Wymagane dokumenty inwestycji.	7
IV. Rynek i konkurencja.	8
1. Opis rynku.	8
2. Ocena usług na rynku.	9
3. Ocena usług świadczonych przez konkurencję.	9
4. Możliwości rozwoju firmy na rynku.	10
5. Analiza SWOT.	10
V. Plan marketingowy i sprzedaż.	11
VI. Analiza finansowa	11
1. Założenia do prognoz myjni samochodowej.	11
2. Wyniki finansowe firmy.	12
3. Źródła finansowania.	13
4. Raporty finansowe :	13
a) Rachunek Wyników;	13
b) Bilans;	13
c) Przepływy pieniężne.	14
5. Wskaźniki finansowe.	14
6. Wnioski z analizy finansowej.	14
7. Załączniki:	15
TABELA 1. Rachunek Wyników.	
TABELA 2. Bilans.	
TABELA 3. Przepływy Pieniężne.	
TABELA 4. Wskaźniki Finansowe.	

I. Wstęp

Firma „Laurie ” działa w branży motoryzacyjnej od 1990 roku. Dotychczas zajmowała się głównie sprzedażą paliw. Długa historia działalności umożliwiła poznanie aktualnych potrzeb klientów na rynku lokalnym.

Niniejszy biznes plan przedstawia zamierzenia właściciela firmy związane z rozszerzeniem działalności, o wybudowanie samoobsługowej myjni samochodowej.

W związku z powyższym, plany wybudowania myjni są jak najbardziej słuszne. Analiza finansowa nowej inwestycji pokazuje na możliwość samofinansowania się przedsięwzięcia. Zyski z dotychczasowej działalności, posiadany znaczny majątek, duże doświadczenie kierownictwa są gwarancją sukcesu.

Dotychczas osiągnięte wyniki finansowe firmy „Laurie” pozwoliły na przygotowanie realnych, bezpiecznych założeń biznesowych planowanej inwestycji.

II. Charakterystyka przedsiębiorstwa.

1. Podstawowe dane o firmie

Nazwa: „Laurie ” Jan Kowalski

Siedziba: ul. Gorzewska 1b

Pruszcz

woj. pomorskie

tel/fax: (22) 22 22 222

REGON: 999999999

NIP: 222-22-22-222

Data rozpoczęcia działalności: 01.01.1990 roku

Udziałowca spółki: 100% udziału Jan Kowalski.

PKD 4730Z - Sprzedaż detaliczna paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw;

PKD 4671Z - Sprzedaż hurtowa paliw i produktów pochodnych;

PKD 4711 - Sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach z przewagą żywności, napojów i wyrobów tytoniowych;

PKD 4719Z - Pozostała sprzedaż detaliczna prowadzona w niewyspecjalizowanych sklepach;

PKD 4726Z - Sprzedaż detaliczna wyrobów tytoniowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach;

PKD 4725Z - Sprzedaż detaliczna napojów alkoholowych i bezalkoholowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach;

PKD4778Z- Sprzedaż detaliczna pozostałych nowych wyrobów prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach.

2. Historia rozwoju firmy

Dnia 01.01.1990 r. Jan Kowalski rozpoczął działalność pod firmę „Laurie”. Od początku działalności firma była ukierunkowana na branżę motoryzacyjną.

Aktem notarialnym nr 2222/90 z dnia 09.04.1990 roku sporządzonym w Kancelarii Notarialnej w Gdańsku u. Warzywska 24, Jan Kowalski otrzymał darowiznę gruntu od swoich rodziców Martynty i Dionizego Kowalskich, oznaczonej nr 12 w obrębie 01. Przedmiotowa działka położona jest w Pruszczu przy ul. Gorzewskiej 1b. Jej całkowita powierzchnia wynosi 2,2 ha. Powyższa nieruchomość jest opisana w Księdze Wieczystej nr 22222 prowadzonej przez Sąd Rejonowy w Gdańsku.

Nieruchomość została przekazana wraz ze znajdującymi się na niej zabudowaniami i urządzeniami:

- budynek stacji obsługi samochodów o pow. użytkowej 289,8 m²;
- stacja paliw składająca się z dwóch dystrybutorów i jednego zbiornika na paliwo.

Na dzień dzisiejszy właścicielem tej nieruchomości pozostaje Jan Kowalski.

Działalność stacji paliw jest prowadzona na podstawie:

- posiadanej koncesji na sprzedaż paliw nr OPC/1200/222/W/2/1995/AZ wydanej 22.12.1995 r. roku przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki i odnowionej 10.01.2007 r., ważnej do 30.12.2017 roku;
- umowy o współpracy zawartej z firmą paliwową „O” w dniu 20.06.1997 r. i przedłużonej w dniu 12.07.2007 na okres kolejnych 10 lat.

Obecnie jedynym obciążeniem gruntu jest hipoteka kaucyjna na rzecz firmy „O”, stanowiąca zabezpieczenie umowy na dostawę paliw.

3. Misja i cele przedsiębiorstwa

Celem bieżącej działalności przedsiębiorstwa jest dynamiczny, choć rozważny rozwój firmy, pozwalający na kontynuowanie działalności i generowanie zysku. Najbliższe plany inwestycyjne przedsiębiorców zakładają rozszerzenie obecnie prowadzonej działalności o wybudowanie myjni samochodowej.

4. Powiązania z innymi podmiotami

Właściciel firmy „Laurie” posiada bogate doświadczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej.

Posiada następujące udziały w spółkach :

Jan Kowalski
100% „Laurie”
50% „Vitoakt”
100% Mamrol

Firma „Mamrol” to przedsięwzięcie o marginalnym znaczeniu. Firma „Vitoakt” wygenerowała w 2009 r. dochód w wysokości blisko 280 tys. zł.

5. Firmy współpracujące z przedsiębiorstwem.

W dniu 22.12.1990 Jan Kowalski Firma „Laurie ” otrzymała koncesję na sprzedaż paliw, która została przedłużona i jest obecnie ważna do 30.12.2017 roku.

W dniu 20.06.1997 roku firma „Laurie” i „O” zawarli umowę o współpracy na okres 10 lat, która aneksem z 12.07.2007 została przedłużona na kolejne 10 lat. Na podstawie tej umowy, firma „Laurie ” ma zapewnione regularne dostawy paliw o wysokiej jakości. „Laurie” stał się partnerem koncernu paliwowego „O”, jednakże prowadzi działalność gospodarczą jako niezależny podmiot, we własnym imieniu i na własny rachunek.

6. Kadra zarządzająca przedsiębiorstwem i jej pracownicy

Długoletnia historia działalności w biznesie właściciela potwierdza, że Jan Kowalski kierujący przedsiębiorstwem to osoba o ponadprzeciętnym doświadczeniu. Dzięki profesjonalnemu zarządzaniu, jego firmy przetrwały kryzys gospodarczy i szczególnie „Laurie” zwiększył swoją wartość.

Właściciel	Wykształcenie	Doświadczenie
Jan Kowalski (lat 49)	Wyższe ekonomiczne	Ponad 20 lat w branży motoryzacyjnej

Dotychczasowe osiągnięcia w działalności gospodarczej, jego wiek, wykształcenie, doświadczenie zawodowe oraz wypracowana struktura organizacyjna i system komunikacji w firmie są gwarancją sukcesu kolejnych, nowych przedsięwzięć.

Obecnie firma „Laurie” zatrudnia na stacji paliw 14 osób. Pracownicy ci będą w przyszłości mieli rozszerzony zakres obowiązków o nadzorowanie pracy myjni.

7. Współpraca z bankami.

„Laurie” obecnie współpracuje z następującymi bankami:

- Nordea Bank - rachunek bieżący,
- limit debetowy na 200.000,00 zł z terminem spłaty w dn. 01.07.2011;
- BPH S.A.- rachunek bieżący;
- Alior Bank – kredyt odnawialny na 110.000,00 zł z terminem spłaty w dn. 15.06.2011;
- PEKAO S.A. – kredyt w kwocie 555.326 zł z terminem spłaty w dn.04.06.2028 r.

Z opinii bankowych wystawionych przez powyższe instytucje finansowe wynika, iż współpraca układa się prawidłowo. Rachunki są zasilane regularnymi wpływami, a zobowiązania obsługiwane terminowo, zgodnie z zapisami umów.

III. Charakterystyka przedsięwzięcia.

1. Opis inwestycji.

Przedmiotem niniejszego opracowania jest przedstawienie inwestycji polegającej na budowie samoobsługowej myjni samochodowej. Całkowita wartość przedsięwzięcia wynosi 464 tys. zł, na co składa się:

- a) wartość gruntu (działka położona w Pruszczu ul. Gorzewska 1b)- na podstawie aktu darowizny z 09.04.1990 r. wynosi 100 000 zł, natomiast zgodnie z wyceną z dnia 20.08.2010 r. osiągnęła wartość 6 400 000 zł;
- b) wartość myjni ustalona na podstawie kosztorysu w kwocie netto 355.000 zł;
- c) koszty przygotowania inwestycji 6.000 zł.

Inwestycja będzie sfinansowana w ponad 20% ze środków własnych, a w 80% z kredytu inwestycyjnego tj. w kwocie 364 tys. złotych. Wkładem własnym inwestora będzie grunt.

Myjnia w całości będzie własnością Jana Kowalskiego.

Planowanym przedsięwzięciem jest postawienie budowa trzystanowiskowej, samoobsługowej myjni samochodowej. Obiekt zostanie posadowiony na żelbetowej płycie na płaskim gruncie. Myjnia będzie budynkiem parterowym, wolnostojącym. Działka, na której powstanie inwestycja jest uzbrojona we wszystkie niezbędne instalacje. Klient posiada projekt budowlany myjni tzw. powtarzalny, przystosowany do miejscowych warunków terenu.

Inwestycja będzie realizowana przez firmę P.H.U. Jan Nowak na podstawie opracowanego projektu budowlanego. Umowa na wykonanie prac przewiduje 3 lata gwarancji na elementy stałe i 2 lata na pozostałe elementy.

Parametry myjni, zgodnie z projektem architektonicznym :

- Powierzchnia zabudowy: 124,5 m²
Powierzchnia wraz z drogą i parkingiem: 428,5 m²
Kubatura: 554,2 m³
Wysokość: 4,3 m
Ilość stanowisk : 3
Ilość programów myjących : 5
Czas mycia 1 samochodu : 12-15 minut.

Uproszczony kosztorys budowy myjni:

Lp	Pozycja kosztowa	Wartość netto (zł)
1	Zakup separatorów	12.500 zł
2.	Przyłącza (gaz, elektryka, woda, kanalizacja)	18.000 zł
3.	Wykonanie płyty betonowej pod myjnię	27.000 zł
4.	Położenie kostki i krawężników	35.000 zł
5.	Kontener maszynowni	16.500 zł
6.	Stanowiska mycia	60.000 zł

7.	Urządzenia myjące	186.000 zł
	RAZEM	355.000 zł

Zgodnie z harmonogramem budowy prace zostaną podzielone na dwa etapy.

W pierwszym z nich, przewidzianym na jeden miesiąc, zostaną wykonane prace ziemne. W drugim miesiącu zostanie postawiony budynek wraz z urządzeniami myjącymi. Rozpoczęcie prac przewidziane na początek I kwartału 2011 roku, a uruchomienie działalności od kwietnia 2011 roku.

Zastosowane rozwiązania sprawdzają się w myjniach na terenie całego kraju, a nowoczesna w skali światowej technologia zapewnia wysoką jakość świadczonych usług.

Myjnia spełnia też wszelkie wymagania związane z ochroną środowiska, higieną i zdrowiem przyszłych użytkowników i okolicznych mieszkańców. Będzie ona wyposażona w moduł uzdatniania wody, którego parametry zgodne są z wszelkimi przepisami o ochronie środowiska. Nie planuje się zastosowania urządzeń, które powodowałyby przekroczenie norm dotyczących hałasu.

Przewidziane jest zaopatrywanie się w materiały i środki myjące w firmie BEHRE. Bezdotykowa technologia mycia mikroproszkiem tej firmy gwarantuje znakomity efekt czystego samochodu. Technologia mikroproszkowa nie ma negatywnego wpływu na lakier i nie powoduje zarysowań karoserii. Mikrogranulki PowerPearl rozpuszczają się w czystej, zmiękczonej i podgrzanej do 60 stopni wodzie, jak tysiące "mikrogąbeczek" efektywnie usuwając zanieczyszczenia.

Wosk stosowany w procesie mycia nie tylko nabłyszczka karoserię, ale i tworzy powłokę ochronną. Chroni ona lakier przed szkodliwym działaniem zanieczyszczeń, promieni UV i drobnymi uszkodzeniami mechanicznymi.

2. Wymagane dokumenty inwestycji.

Przedmiotowa inwestycja jest zgodna z planem przestrzennego zagospodarowania miasta Pruszcz – obszar B (obręb: 01, 02, 03) uchwalonym Uchwałą nr 44/LVIII/2001 Rady Miejskiej w Pruszczu dn. 27.04.2001.

Klient posiada typowy, powtarzalny projekt budowlany samoobsługowej bezdotykowej myjni samochodowej. Posiada również pozwolenie na adaptację wyżej wymienionego projektu dostosowanego do warunków miejscowych oraz zgodę na budowę myjni, która została wydana przez Starostwo Powiatowe w Pruszczu Wydział Architektury Decyzją numer 1291/10 z dnia 15.09.2010.

Zgodnie z projektem budowlanym nie jest wymagane uzyskanie decyzji o środowiskowych uwarunkowaniach w zakresie oceny oddziaływania myjni na środowisko. Budynek ten jest zwolniony z wymagań klasy odporności ogniowej.

IV. Rynek i konkurencja

1. Opis rynku.

Rynek motoryzacyjny rozwija się dynamicznie i jest perspektywiczny. Polska znajduje się na 6 miejscu w Unii Europejskiej Europie pod względem ilości samochodów. Wyprzedzają nas jedynie Niemcy, Włochy, Francja, Wielka Brytania i Hiszpania.

Pojazdy samochodowe i ciągniki zarejestrowane w Polsce. Stan na 31 XII

pojazdy (tys. szt.)	2000	2001	2002	2003	2004**	2005	2006	2007	2008	2009
OSOBOWE	9 991	10 503	11 029	11 244	11 975	12 339	13 384	14 589	16 080	16 495
CIEŻAROWE *	1 879	1 979	2 163	2 313	2 392	2 305	2 393	2 521	2 710	2 797
AUTOBUSY	82	82	83	83	83	80	84	88	92	95
MOTOCYKLE	803	803	869	845	836	754	784	825	909	975
INNE	1 351	1 357	1 381	1 414	1 415	1 338	1 390	1 450	1 546	1 663
RAZEM	14 106	14 724	15 525	15 899	16 701	16 816	18 035	19 472	21 337	22 025

Uwaga: * razem z samochodami ciężarowo-osobowymi (VAN) i ciągnikami drogowymi

** dane częściowo szacunkowe

ŹRÓDŁO: PZPM na podstawie GUS

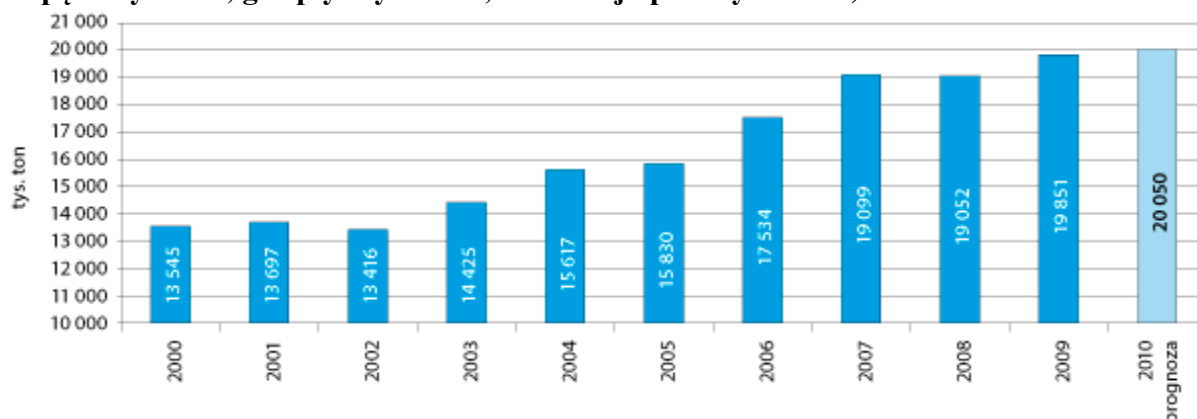
Liczba pojazdów w Polsce w 2009 r. w porównaniu z 2000 rokiem wzrosła o ponad 56 %. To przekłada się również na stały wzrost zapotrzebowania na paliwa i usługi towarzyszące. Wzrost PKB Polski, i co za tym idzie zamożności społeczeństwa przejawiają się we wzrastającej konsumpcji.

Na dalszy rozwój rynku motoryzacyjnego w Polsce będą miały wpływ następujące czynniki:

- rozbudowa sieci dróg ekspresowych i autostrad w Polsce;
- wzrost znaczenia Polski jako kraju tranzytowego;
- dalszy wzrost zamożności społeczeństwa;
- EURO 2012.

W ciągu ostatnich 10 lat zapotrzebowanie na główne cztery gatunki paliw ciekłych wzrosło o ponad 46% proc., osiągając w roku 2009 poziom prawie 20 mln ton. Zrealizowany wzrost konsumpcji powiązany był z niemal podwojeniem liczby pojazdów poruszających się po naszych drogach. Na podstawie wyników bieżącej konsumpcji usług w wysoko rozwiniętych krajach europejskich, można stwierdzić, iż w Polsce istnieje duży potencjał rozwoju tych usług. Rynek ten będzie nadal wzrastał w tempie kilku procent rocznie. Zapotrzebowanie na paliwa będzie głównym czynnikiem stymulującym trwały trend rynku usług motoryzacyjnych.

Rysunek 2. Historia konsumpcji paliw ciekłych w Polsce (benzyny silnikowe – BS, olej napędowy – ON, gaz płynny – LPG, lekki olej opałowy – LOO)



Źródło: POPiHN

Z uwagi na dynamiczny rozwój budownictwa w Trójmieście i okolicach, tworzy się też korzystna koniunktura w tym rejonie na rozwój handlu i usług.

2. Opis usług na rynku

Stacja paliw Jana Kowalskiego „Laurie” jest znana w Pruszczu i jego okolicach. W powiązaniu z myjnią samoobsługową przyczyni się do wzrostu popytu zarówno na paliwa, jak i usługi towarzyszące.

Projektowana myjnia samochodowa będzie znajdować się w odległości zaledwie 47 m od istniejącej stacji paliw. Będzie zapewniona dogodna infrastruktura (wjazd i wyjazd) i całodobowa obsługa. Bliskie sąsiedztwo tego typu działalności jest bardzo typowe na rynku i korzystne dla klientów. Będzie to nowatorskie rozwiązanie na rynku lokalnym, choć tego typu rozwiązania stosują największe koncerny paliwowe.

Rynek klientów firmy „Laurie” jest coraz bardziej zdywersyfikowany, odbiorcami w większości są klienci lokalni. Stopniowo jednak wzrasta udział kierowców przejezdnych, co wynika z dogodnej lokalizacji, przy krajowej trasie nr 1. W ogólnej liczbie klientów wzrasta też udział osób wypoczywających w wakacje i w weekendy w okolicach Morza Bałtyckiego.

Z badań rynku usług samoobsługowych myjni samochodowych wynika, iż ta działalność charakteryzuje się niewielką sezonowością. Wpływa na to zmniejszony ruch w zimie oraz zwiększona liczba klientów w sezonie letnim. W biznes planie nie uwzględniono zmian wynikających z sezonowości. W myjni prowadzonej przez firmę „Laurie” zmniejszony popyt w zimie będzie rekompensowany większą aktywnością klientów w pozostałych porach roku.

3. Ocena usług świadczonych przez konkurencję

Na terenie Pruszcza istnieje druga stacja paliw, jednakże na tak dużą liczbę mieszkańców i osób przejezdnych nie stanowią one dla siebie ekonomicznego zagrożenia. Na lokalnym rynku, przedsiębiorca Jan Kowalski w zakresie rozszerzonej usługi o myjnię samochodową nie będzie miał konkurencji. Najbliższy tego typu obiekt znajduje się w odległości 10 km (ok. 15 minut jazdy samochodem). Rynek jest nienasycony, co stwarza bardzo duże możliwości zbytu tej usługi.

4. Możliwości rozwoju firmy na rynku

Projektowane przedsięwzięcie jest tak zaplanowane, iż daje szanse dalszego rozwoju. Biznes Plan obejmuje projekt myjni trzystanowiskowej. Jednakże zarówno jej usytuowanie, jak i modułowa konstrukcja, w przypadku zwiększonego popytu umożliwiają jej rozbudowę o kolejne stanowiska.

Prowadzenie budowy myjni nie będzie zakłócało bieżącej pracy stacji paliw.

Inwestycja ta przyczyni się do wzrostu majątku Jan Kowalskiego działającego pod nazwą „Laurie” i do dywersyfikowania źródeł dochodów. Planowane przedsięwzięcie ma charakter usługi detalicznej, uniezależnione jest zarówno od jednego odbiorcy, jak i od jednego dostawcy.

5. Analiza SWOT

Podsumowaniem oceny jakości przedsiębiorców, ich słabym i mocnym stron oraz zagrożeń i szansy rozwoju jest poniższa analiza.

Mocne strony klienta	Słabe strony klienta
<ol style="list-style-type: none">1. kompleksowa oferta (myjnia i stacja paliw w bliskiej odległości);2. nowoczesna usługa;3. możliwość samoobsługi;4. przedsiębiorca rozpoznawany na rynku lokalnym;5. przewidziane akcje dotyczące promocji i reklamy;6. atrakcyjna lokalizacja przy trasie nr 1;7. krótki okres realizacji projektu;8. długoletnie doświadczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej;9. działalność prowadzona na własnym gruncie.	<ol style="list-style-type: none">1. nowa usługa.
Szanse	Zagrożenia
<ol style="list-style-type: none">1. brak konkurencji;2. rosnący popyt;3. łatwa dostępność dla odbiorców i dostawców;4. dywersyfikacja źródeł przychodów.	<ol style="list-style-type: none">1. sezonowość;2. pogorszenie się koniunktury gospodarczej;3. ryzyko prawne (zmiany przepisów prawnych i podatkowych).

V. Plan marketingowy i sprzedaż

W wyniku realizacji planowanego projektu zwiększy się oferta firmy „Laurie” zarówno w zakresie przedmiotowym asortymentu, jak i w wymiarze ilościowym. Proponowana oferta usług i towarów (tankowanie, mycie samochodu, sprzedaż towarów) ma charakter powtarzalny i jest zgodna z potrzebami rynku docelowego i filozofią firmy.

Koncentracja usług skierowanych do kierowców w jednym miejscu, daje możliwość zaspokojenia kilku potrzeb odbiorcy oraz daje szansę na pozyskanie dodatkowych klientów. Szczególnie ważne jest nawiązywanie relacji z klientami na rynku lokalnym. Oferowane produkty i usługi będą wysokiej jakości, przy stosunkowo niskiej cenie. Istotne dla rozwoju jest pozyskanie zaufania klientów, co jest możliwe również dzięki kompetentnej i miłej obsłudze. Przewiduje się wprowadzenie kart lojalnościowych dla stałych klientów stacji paliw i myjni, dających możliwość skorzystania z rabatów i bezpłatnych usług. Cena mycia samochodu będzie uzależniona od programu myjącego wybranego przez klienta.

Klienci będą informowani o ofercie handlowej głównie poprzez reklamę zewnętrzną (oświetlenie, plafony, ogłoszenia w miejscowej prasie, ulotki itp.), a także marketing bezpośredni.

Wielką zaletą prowadzonej i planowanej działalności jest sprzedaż gotówkowa lub płatności kartami. Niweluje to niebezpieczeństwo braku zapłaty za zrealizowane transakcje i daje gwarancje stałego napływu gotówki.

VI. Analiza finansowa

1. Założenia do prognoz myjni samochodowej.

Przewiduje się, że działalność myjni rozpocznie się od kwietnia 2011 roku. Założono, iż myjnia będzie otwarta całą dobę, pracując średnio 30 dni w miesiącu. Średni czas mycia samochodu szacuje się na 14 minut, gdzie cena za 1 minutę mycia to 1 zł. Prognozuje się, że w pierwszym roku średniomiesięcznie będzie obsłużonych 900 aut, zaś w następnych latach 2012-2014 odpowiednio 930, 990, 1050, przy założeniu niezmienności ceny usługi.

Ze względu na bliskość położenia już funkcjonującej stacji paliw, właściciel nie przewiduje zatrudnienia dodatkowych osób. Zakres obowiązków pracowników stacji paliw będzie rozszerzony o nadzorowanie myjni samoobsługowej. Obiekt będzie monitorowany elektronicznie i zostanie włączony w system monitoringu stacji paliw. Jedynym dodatkowym, kosztem, będzie zakup kamer.

Z analizy wyników finansowych samoobsługowych bezdotykowych myjni samochodowych, wynika, iż koszty stanowią około 50% przychodów. Kosztami uzyskania przychodu będą głównie: dostawa wody i odprowadzenie ścieków, koszty energii elektrycznej, zakup środków myjących i drobne naprawy.

Na powyższych danych oparte zostały założenia finansowe dla pierwszych 4 lat działalności myjni.

Myjnia samochodowa	od kwietnia 2011	2012	2013	2014
przychody (zł)	113.400 zł	156.240 zł	166.320 zł	176.400 zł
koszty (zł)	56.700 zł	78.240 zł	83.320 zł	88.400 zł
Zysk brutto (zł)	56.700 zł	78.000 zł	83.000 zł	88.000 zł
Miesięczna/ dzienna liczba aut	900/30	930/31	990/33	1050/35

Uwaga: dla ułatwienia rozliczeń nie uwzględniono czynnika inflacji.

- założono średnioroczny wzrost przychodów/ kosztów na poziomie : po pierwszym roku wzrost o 37,6 %, a w kolejnych latach o 6-6,4%.

Dla pierwszych czterech lat działalności przedsięwzięcia przyjęto średnioroczny wzrost przychodów/kosztów po pierwszym roku 37,6%, a w kolejnych latach 6-6,4% od 7,9%. W kolejnych latach dla prognoz przyjęto wartości z roku 2014. Koszty amortyzacji rozłożone zostały dla :

- budynku na 40 lat,
- dla urządzeń na 10 lat.

W dziesiątym roku funkcjonowania myjni przewidziano częściowe odtworzenie majątku (urządzeń) w wysokości 35.000 zł.

Z analizy rentowności sprzedaży i dynamiki zysku, wynika, że wskaźniki utrzymują się na zbliżonym poziomie. Pozwala to na uzyskanie zysku w podobnym procencie, przy nominalnie co roku większym dopływie gotówki.

Myjnia samochodowa	od kwietnia 2011	2012	2013	2014
Rentowność sprzedaży	50%	49,9%	49,9%	49,9%
Dynamika zysku	X	138%	106%	106%

Duża dynamika zysku w roku 2012 wynika z faktu, iż działalność w roku poprzednim będzie prowadzona przez 9 miesięcy.

2. Wyniki finansowe firmy „Laurie”.

Nowe przedsięwzięcie będzie konsekwentną kontynuacją polityki rozwoju firmy „Laurie” na lokalnym rynku. Jego realizacja pozwoli na wzmocnienie pozycji firmy na rynku oraz przyczyni się, dzięki dywersyfikacji przychodów do większego bezpieczeństwa ekonomicznego.

W prognozach ekonomiczno-finansowych nowa inicjatywa została zagregowana z dotychczas prowadzoną działalnością. Mimo niskiej rentowności na sprzedaży paliw, dotychczas uzyskiwane przychody będą stanowiły dominujące źródło finansowania dalszej działalności firmy. Charakterystyczne dla rynku sprzedaży paliw jest generowanie niskiego zysku jednostkowego, przy dużym obrocie.

Prognoza ekonomiczno - finansowa nowego przedsięwzięcia zakłada, iż po osiągnięciu pełnych mocy produkcyjnych będą one rentowne na takim poziomie, że planowane wyniki finansowe pozwolą na samodzielne funkcjonowanie i pokrycie zobowiązań finansowych.

3. Źródła finansowania

Całkowite nakłady netto na inwestycję wyniosą 455.000 zł, a środki na jej sfinansowanie mają pochodzić z długoterminowego kredytu inwestycyjnego. Założone zostało, iż kredyt

zostanie zaciągnięty na 10 lat. Raty kapitałowe będą spłacane po 12 miesięcznym okresie karencji, a raty odsetkowe na bieżąco od następnego miesiąca po wypłacie pierwszych środków z kredytu.

Klient proponuje na zabezpieczenie wnioskowanego kredytu nieruchomość położoną w Sobocie przy ul. Chrabąszcza 12 o wartości 1.450 tys. zł, KW nr SP/3P/10272/2, prowadzonej przez Sąd Rejonowy w Sobocie IV Wydział Ksiąg Wieczystych.

Wartość nieruchomości w kwocie 1.450.000 zł wobec łącznego planowanego zadłużenia w wysokości 364.000 daje wskaźnik LTV na poziomie 25.1%.

Wypłata wnioskowanego kredytu inwestycyjnego nastąpi jednorazowo.

Właściciel / inwestor planuje pokrycie podatku VAT z własnych środków.

4. Raporty finansowe.

Do niniejszego opracowania biznes planu załączono Rachunek Wyników, Bilans, Rachunek Przepływów Pieniężnych, Wskaźniki Finansowe.

a) Rachunek wyników

W roku 2008 r. firma „Laurie” osiągnęła zysk ze sprzedaży paliw w kwocie blisko 405 tys. zł. Następnym rokiem był niekorzystny dla całej gospodarki, co też znalazło odzwierciedlenie w wynikach realizowanych przez firmę „Laurie”. Jednakże należy zaznaczyć, iż nawet w najgorszym 2009 r., firma wygenerowała zysk na działalności operacyjnej (blisko 30 tys. zł). W 2010 r. daje się zauważyć, iż następuje odwrócenie niekorzystnej sytuacji na rynku paliw. To pozwoliło zaplanować wyniki 2011 r. na poziomie blisko dwukrotnie wyższym niż w 2008 r. i optymistycznie prognozować wyniki na następne lata.

Po pełnym uruchomieniu nowego przedsięwzięcia zakłada się stały, bezpieczny poziom realizacji zysku na działalności operacyjnej, jak i finalnego zysku brutto.

b) Bilans

Rzeczowe aktywa trwałe osiągają najwyższą wartość na koniec 2011 r. – 2.337 tys. zł., po czym ich wartość maleje o amortyzację. Po oddaniu budynku myjni wartość tej nieruchomości zostanie zaevidencjonowana w środkach trwałych. Ze względu na przewidywany krótki czas realizacji inwestycji uwidocznione to jest w bilansie na koniec 2011 r. W prognozach przyjęto w dziesiątym roku eksploatacji, częściowe odtworzenia majątku trwałego w kwocie 35 tys. zł związanego z funkcjonowaniem myjni.

Głównym składnikiem aktywów obrotowych są:

- należności krótkoterminowe, na które składają się głównie należności z tytułu dostaw i usług oraz pozostałe, w której to pozycji są zaksięgowane dla całego okresu kredytowania udzielone pożyczki dla innych jednostek powiązanych.
- Zapasy – zgromadzony towar do sprzedaży

Po stronie pasywów w całym prognozowanym okresie kapitały własne są utrzymywane na bezpiecznym poziomie.

Kwota zobowiązań krótko- i długoterminowych jest powiększona o zaciągnięte kredyty oraz sukcesywnie pomniejszana o spłacany w danym roku kapitał.

c) Przepływy Pieniężne.

W całym prognozowanym okresie poziom przepływów pieniężnych z działalności operacyjnych jest dodatni, na niezagrożonym poziomie.

Analiza przepływów finansowych uwidacznia rzeczywisty dostęp firmy do gotówki.

5. Wskaźniki Finansowe.

Z analizy wskaźnikowej planowanych działalności wynika, że w całym okresie zachowana jest rentowność sprzedaży. Udział myjni jest jednak niewielki, głównie na wskaźniki finansowe ma wpływ prowadzona dotąd działalność sprzedaży paliw. Wskaźniki rentowności kapitału własnego również przyjmują wartości dodatnie. Wskaźniki płynności zarówno bieżącej, jak i szybkiej są na zadowalającym poziomie.

Wskaźniki sprawności działania firmy (rotacja należności, zapasów, zobowiązań) pokazują, iż zapasy nie zalegają, a klient zgodnie z umowami reguluje zobowiązania i terminowo otrzymuje należności.

Wskaźniki ogólnego zadłużenia firmy utrzymują się na bezpiecznym poziomie poniżej 64%, zmniejszając systematycznie swoją wartość od 2012 roku.

6. Wnioski z analizy finansowej.

Zaprezentowana powyżej analiza ma na celu przedstawienie sytuacji ekonomiczno-finansowej firmy „Laurie” z punktu widzenia realizacji przedmiotowego projektu polegającego na wybudowaniu samoobsługowej myjni samochodowej. Głównym źródłem finansowania inwestycji będzie długoterminowy kredyt inwestycyjny w wysokości 364.000 zł oraz środki generowane z bieżącej działalności. Powstała analiza finansowa prezentuje prognozy do 2020 roku. Bieżące i prognozowane wyniki firmy poddane zostały analizie wskaźnikowej, z której wynika, iż w całym okresie firma będzie osiągała prawidłowe rezultaty na każdym poziomie swojej działalności. Z oceny widać, że firma posiadać będzie zdolność kredytową w całym prognozowanym okresie i bez problemu będzie obsługiwać zaciągnięte zobowiązania.

Przeprowadzone projekcje pokazały, iż decyzje o realizacji projektu inwestycyjnego są w pełni ekonomicznie uzasadnione oraz pozwolą osiągnąć zyski zarówno inwestorowi, jak i kredytodawcy.

8. Załączniki