# **Бизнес-план автосервиса**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(название организации)

|  |  |
| --- | --- |
| Инициатор: | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Адрес регистрации: | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Телефон: | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Email: | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

## **1. Краткий инвестиционный меморандум**

Ежегодное увеличение объёмов продаж на рынке автомобилей стимулирует спрос на услуги СТО, таким образом, несмотря на высокую конкуренцию, автосервис остается рентабельным и прибыльным бизнесом.

**Цель проекта:** открытие автосервиса в г. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

Основные факторы успеха бизнеса:

* полный комплекс услуг автосервиса;
* высокотехнологичное оборудование, опытные квалифицированные специалисты;
* грамотная политика ценообразования;
* непрерывный мониторинг внешней среды и своевременное реагирование на угрозы.

Технико-экономическое обоснование проекта:

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Величина** |
| Инвестиции, руб. | 2 237 000 |
| Ставка дисконтирования, % | 17 |
| Ежемесячный объём продаж, руб. | 490 102 |
| Рентабельность продаж, % | 30 |
| Срок выхода в точку безубыточности, мес. | 6 |
| Срок окупаемости, мес. | 12 |

## **2. Описание бизнеса, продукта (услуги)**

Цель проекта - организация производственного процесса станции технического обслуживания (СТО) автомобилей, полнофункционального, совмещающего в себе возможности автосервиса и автостоянки. В краткосрочной перспективе предполагается завоевание широкого сегмента рынка и формирование устойчивого имиджа фирмы.

Основная стратегия ориентирована развитие всего комплекса услуг. Необходима разработка грамотной маркетинговой политики, позволяющей быстро сформировать положительный имидж компании и круг лояльных клиентов. И поскольку на рынке наблюдается жёсткая конкуренция, то предстоит серьёзная борьба за потребителей.

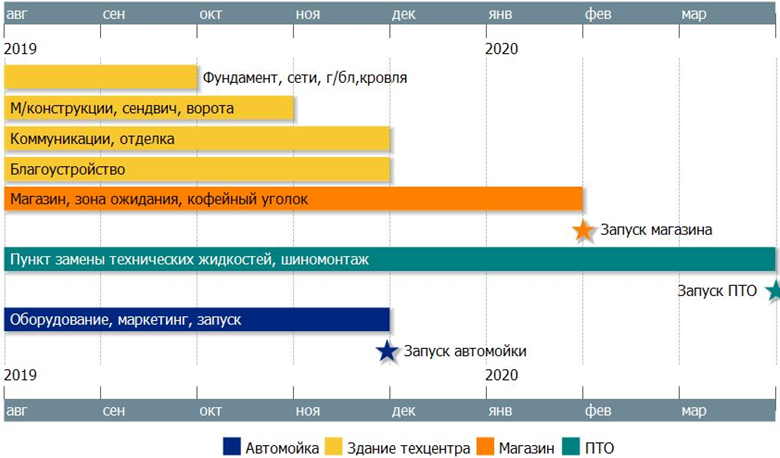
Перспективы развития есть при сочетании нескольких условий, к числу которых относятся:

* стремительный выход на рынок и расширение компании;
* грамотная политика ценообразования (цены ниже конкурентов);
* применение высокотехнологичного оборудования;
* гибкость производства, возможность быстрого расширения ассортимента услуг СТО;
* наём квалифицированных сотрудников с большим и успешным опытом работы;
* обеспечение эффективной обратной связи с клиентами: консультации, урегулирование споров и пр.

Компания предлагает комплекс услуг по техническому обслуживанию, в т.ч. диагностирование двигателей, агрегатный ремонт, установка электрооборудования, вулканизацию и монтаж автомобильных шин, коррекцию развала-схождения, замену масел, обслуживание и охрану территории, содержание гаражей.

Комплексность предоставляемой услуги обеспечивает ее функциональную полноту для практически любого потребителя. Отличительным качеством данной услуги является также ее высокий технологический и качественный уровень, определяемый качеством оборудования и высокой квалификаций персонала.

Основные вехи в организации бизнеса представлены на схеме.



## **2. Анализ рынка сбыта**

Увеличение продаж автомобилей в России и внедрение строгих государственных постановлений в отношении замены и модернизации компонентов транспортных средств для обеспечения большей безопасности на автотрассах и снижения уровня выбросов в первую очередь способствуют росту рынка.

Однако конкуренция между автосервисами очень высока, и сразу заявить о себе, выйти на приемлемый уровень продаж непросто. При анализе рынка и планировании сбыта следует проанализировать:

* социально-экономическую специфику региона, перспективы его экономического и демографического потенциала, т.к. это в значительной мере определяет темпы роста непроизводственной сферы в регионе;
* основные тенденции изменения спроса на услуги СТО и факторы влияния;
* потенциал имеющейся материально-производственной базы удовлетворения спроса на услуги и возможности её расширения за счёт инвестиций;
* источники финансирования для реализации намеченной стратегии развития;
* реальные инвестиционные проекты по созданию, расширению и реконструкции объектов непроизводственной сферы.

Первоочередным моментом развития автосервиса является анализ его экономического состояния.

Развитие компании должно быть органично увязано с общей комплексной программой развития города в целом. Опыт разработки таких программ свидетельствует о том, что центральным их направлением обычно является развитие малого предпринимательства и обеспечение трудоустройства населения.

## **3. Продажи и маркетинг**

Сохранение и расширение комплекса услуг автосервиса позволяет сформировать его устойчивый положительный имидж и обеспечить высококонкурентную позицию на рынке. Этой цели способствует и применение гибкой системы скидок и гарантийных обязательств, применяемых по различным видам ремонта автомобилей.

**Конкурентная среда**

Анализируя конкурентную среду фирмы, необходимо отметить, что существует достаточно большое количество предприятий, реализующих сервисные услуги автовладельцам. При условии высокой мобильности потребителей расположение этих компаний не играет определяющей роли. Поэтому, в целях получения конкурентных преимуществ нашего автосервиса стоит сосредоточиться на высоком качестве работ, осуществляемых с помощью современного оборудования для диагностики и ремонта.

**Политика ценообразования**

Важную роль играет и ценовая политика, которая будет заключаться в стратегии ценового прорыва, т.е. применения уровня цен ниже конкурентов и получения большей массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка. При этом стоимость услуг не обязательно должна быть низкой по абсолютной величине, — она должна быть относительно высокого качества предоставляемых услуг. При этом предполагается, что уровень цен конкурентов не сможет быть значительно снижен, поскольку производственные мощности этих предприятий не позволят значительно увеличить объем предоставляемых услуг.

**Стимулирование сбыта**

Основным методом привлечения покупателей услуги являются:

* предоставление сервисных гарантий не менее 6 месяцев с момента оказания;
* предоставление возможности (в случае необходимости) перегона автомобиля к месту ремонта,
* применение гибкой системы скидок для лояльных потребителей;
* возможность предоставления услуг по прямым договорам с транспортными предприятиями;
* максимальное обеспечение необходимых потребителю сроков ремонта;
* систематическая оценка качества сервиса через анкетирование (возможно, «Книги отзывов» и другой формы «обратной связи» с потребителями услуг);
* обеспечение постоянного совершенствования средств и методов обслуживания потребителей;
* широкая рекламная деятельность.

Последний пункт предполагает распространение рекламных и информационных статей в местной прессе, освещающих уровень и качество производимых услуг и гарантий, рекламные объявления в транспорте. Особое внимание при этом планируется уделить тщательно продуманному тексту обращения к потребителям, подходящему оформлению, привлекающему внимание и подчеркивающему деловые качества и преимущества нашей фирмы.

Немаловажное значение для привлечения внимания потребителей играют также личные контакты с потребителями. Возможно, эта мера окажется не менее эффективной, чем реклама.

## **4. Производственный план**

Проведение ремонта и технического обслуживания автомобилей в условиях современного автомобильного предприятия связано с выполнением широкого комплекса разнообразных работ. При этом наряду с основными работами, такими как разборка, мойка и очистка, дефектация и сортировка, восстановление и замена деталей и узлов, сборка, испытания и окраска, выполняются также и вспомогательные работы (транспортирование, складирование, технический контроль, обеспечение энергией и материалами, охрана и т.д).

Технологический процесс технического обслуживания автомобилей представляет собой совокупность выполняемых в рациональной последовательности технологических операций, набор которых определяется как техническим состоянием автомобиля, так и желанием и возможностями заказчика.

Как правило, первым этапом является мойка автомобиля, чистка его основных агрегатов и узлов и последующее диагностирование. Затем производится замена агрегатов и сборка (на специальных стендах). Для устранения механических повреждений деталей (трещин, отколов, пробоин и т.п.) планируется применение сварочных работ, а для нанесения покрытий на поверхности деталей с целью компенсации их износа - направки.

В состав комплекса услуг предполагается включить также подготовку под покраску и окраску металлических поверхностей автомобилей с применением специального технологического оборудования для напыления ЛКМ.

Для организации эффективной системы учета, складирования, комплектования работ материалами и запасными деталями применяется метод составления диагностической карты и карты ремонта автомобиля, чем обеспечивается учет деталей и выполненных работ.

Оплата услуг сервиса производится как наличными, так и безналичными средствами. Во втором случае стоимость проведения работ получается чуть ниже.

## **5. Организационная структура**

Планируемая численность персонала фирмы – 12 человек. Состав персонала, а также планируемые расходы на оплату труда отражены в таблице.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Должность** | **Число сотрудников** | **Оклад, руб.** | **Общая сумма, руб.** |
| Управляющий | 1 | 45 000 | 45 000 |
| Старший автомеханик | 1 | 30 000 | 30 000 |
| Автомеханик | 5 | 25 000 | 125 000 |
| Помощник автомеханика | 2 | 20 000 | 40 000 |
| Администратор | 2 | 30 000 | 60 000 |
| Уборщица | 1 | 15 000 | 15 000 |
| Страховые взносы |  |  | 67 500 |
| **ИТОГО** |  |  | **292 500** |

Особое внимание предполагается уделить подбору персонала, который должна осуществляться по возможности из мужчин в возрасте до 35-45 лет с опытом работы в данной отрасли не менее 5 лет, имеющих образование не менее среднего специального, поскольку монтаж и освоение нового оборудования предполагается осуществить силами персонала фирмы. Важными являются также такие качества работников, как способность к обучению и творчеству, способность к психологической адаптации в коллективе, общительность, и т.д., поскольку кадровый фактор является веским в обеспечении конкурентоспособности фирмы.

## **6. Финансовый план**

Общий объём стартовых инвестиций составляет 2 237 000 руб. Структура расходов в рамках этого бюджета приведена в таблице ниже

|  |  |
| --- | --- |
| **Статья затрат** | **Сумма, руб.** |
| Регистрация бизнеса, в т.ч. получение необходимых разрешений | 15 000 |
| Аренда помещения (на 2 месяца – на время ремонтных работ) | 130 000 |
| Ремонт помещения | 120 000 |
| Покупка оборудования | 1 917 000 |
| Изготовление рекламной вывески | 30 000 |
| Прочие расходы | 25 000 |
| **ИТОГО** | **2 237 000** |

Также компания несёт ежемесячные расходы, структура которых приведена в таблице ниже.

|  |  |
| --- | --- |
| **Статья затрат** | **Сумма, руб.** |
| Фонд заработной платы, в т.ч. страховые взносы | 292 500 |
| Арендная плата | 65 000 |
| Коммунальные услуги | 12 300 |
| Покупка расходных материалов | 19 107 |
| Рекламная кампания | 50 000 |
| Амортизационные отчисления | 29 195 |
| Прочие расходы | 22 000 |
| **ИТОГО** | **490 102** |

## **7. Риски**

Автосервис всегда подвержен определённым рискам, включая:

* ужесточение конкуренции на рынке;
* увеличение издержек ввиду увеличения стоимости расходных материалов;
* возможные депрессивные сдвиги в регионе.

Чтобы минимизировать эти риски, в каждом случае нужно тщательно продумывать стратегию действий. В общем случае компания должна занимать жёсткую позицию, постоянно осуществлять мониторинг конкурентов и интересов потребителей, своевременно принимать стратегические решения. Для этого нужна сильная команда менеджеров.

---------

При подготовке бизнес-плана использовались материалы с сайта www.beboss.ru