## 1. Краткий инвестиционный меморандум

Несмотря на кризис, автомобильный рынок год от года показывает хорошие темпы роста. Данное явление относится как к машинам отечественного производства, так и к иномаркам. Таким образом, растет и реализация автозапчастей. В результате, открытие бизнеса по продаже автозапчастей является достаточно прибыльным, что выражается в быстром сроке окупаемости — 14 месяцев, а также быстрым выходом на точку безубыточности — 3 месяца.

Для открытия бизнеса потребуется найти помещение площадью 140 м2. Помещение можно искать в промышленных центрах города, на городских магистрах где ежедневно существует большой автомобильный поток. Также необходимо нанять 5 сотрудников.

Ежемесячно магазином будет реализовываться около 1 000 наименований продукции. Они будут включать в себя весь ассортимент продукции. Средняя себестоимость продукции около 1 000 рублей. Наценка составляет от 40% до 50%. Учитывая данные параметры, финансовые показатели проекта будут следующие:

Сумма первоначальных инвестиций — **1 776 800** рублей

Ежемесячная прибыль — **150 000** рублей

Срок окупаемости — **14** месяцев

Точка безубыточности — **3** месяца

Рентабельность продаж — **11%**

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Ежегодно количество автомобилей на дорогах страны становится все больше и все они нуждаются в своевременном ремонте и обслуживании. Поэтому открытие данного бизнеса является перспективным направлением и высоко прибыльным.

Основным видом деятельности будет розничная торговля автомобильным запчастями. В ассортимент будут входить как запчасти для иномарок, так и для отечественных автомобилей. Наиболее популярные товары, масла и расходники будут закупаться ежемесячно. Если же покупателю необходимо приобрести редкую деталь, то будет доступна опция заказа из каталога.

Первоначально при открытии магазина необходимо закупить следующий ассортимент: моторные масла, колесные диски, шины, фильтры, лампочки, свечи, дворники, крепления, инструменты, аптечки, хомуты, автохимию и другие виды товаров.

При розничной оффлайн продаже решающим фактором при покупке является наличие товара. Чтобы не ошибиться с выбором запчастей и автомобильным марками, обязательно изучите на каких автомобилях ездят в городе и какие проблемы с данными ТС могут быть.

В целом для продажи будет предлагаться следующая продукция:

* Масла и фильтра
* Расходные материалы
* Резина и диски
* Прочие запчасти и аксессуары

Помимо закупки продукции особое внимание необходимо уделить местоположению помещения. Общая площадь должна составлять 140 м2. Из них 80 м2 будет выделено на торговый зал, остальные 60 будут распределены между складской и технической зоной.

Помещение желательно искать в крупных районах города, промышленных центрах, а также на крупных автомобильных магистралях города. Это позволит:

* Сэкономить на арендных платежах
* Сэкономить на рекламной компании
* Собрать наибольшие автомобильный поток и целевую аудиторию.

Также для запуска бизнес потребуется приобрести некоторое оборудование, которое в некоторой степени позволит автоматизировать процесс работы. К нему относится:

* Касса с POS-терминалом
* Стеллажи
* Витрины
* Полки и ящики
* Камеры
* Охранная система
* Компьютер
* Принтер
* Столы
* Стулья
* Мебель для посетителей

Данное оборудование позволит эффективно вести деятельность, а также сохранить имущество магазин в целости.

Помимо организационных моментов, для предпринимателя желательно изучить следующую нормативно-правовую базу:

* ФЗ «О торговле»
* ФЗ «О защите прав потребителей»

Знание данных законов существенно упростит ведение деятельности, а также позволит избежать некоторых штрафов.

Также по мере развития бизнеса можно открыть интернет-магазин и доставку запчастей.

## 3. Описание рынка сбыта

Успех в розничной торговле зависит от быстрой доставки товара, а также от наличия широкого ассортимента продукции.

Основной целевой аудиторией магазина являются физические лица. Продажи данному сегменту будут составлять в районе 90%. Остальные 10% могут приходиться на юридических лиц, которым необходимы запчасти, а ремонт производят самостоятельно. К ним относятся: таксопарки, автоколонны, частные индивидуальные предприниматели (таксисты) и другие.

Для того, чтобы уровень продаж был на одном уровне или увеличивался необходимо собрать постоянную клиентскую базу. Достичь этого можно за счет внедрения различных программ лояльности. Например, можно внедрить дисконтные карты или накопительные, которые позволят оплачивать покупку в будущем полностью. Это относится как к физическим, так и к юридическим лицам.

## 4. Продажи и маркетинг

Для успешного развития бизнеса необходимо подготовить правильную рекламную и маркетинговую стратегию. Этим может заниматься как частный маркетолог-фрилансер, так и рекламное агентство. Основной задачей рекламной кампании будет привлечение в магазин.

Так как первоначально магазин будет действовать в рамках офлайн пространства, то большую часть бюджета необходимо направить на следующие каналы:

* Реклама в СМИ (журналы и газеты)
* Реклама на телевидении
* Реклама на билбордах, раздача листовок и скидочных флаеров

По мере развития бизнеса, рекламу магазин можно осуществлять в социальных сетях, в различных поисковых системах, на форумах и т.д.

Используя все возможные каналы ваш магазин сможет привлечь внимание жителей и наработать базу постоянных клиентов. Как только у магазина будет постоянная прибыль, то следующим этапом можно расширять географию деятельности магазин и соответственно рекламу.

## 5. План производства

Для открытия магазина автозапчастей необходимо сделать следующее:

* Зарегистрировать юридическое лицо — ИП
* Подобрать помещение
* Произвести косметический ремонт
* Закупить продукцию
* Нанять персонал
* Начать работу

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Этап/продолжительность, нед.** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** |
| Регистрация — ИП |  |  |  |  |  |  |  |
| Подбор помещения |  |  |  |  |  |  |  |
| Ремонт |  |  |  |  |  |  |  |
| Закупка продукции |  |  |  |  |  |  |  |
| Найм персонала |  |  |  |  |  |  |  |
| Начать работу |  |  |  |  |  |  |  |

Общий срок, необходимый для открытия магазина, составляет 7 недель. В начале для открытия магазин потребуется зарегистрировать юридическое лицо. Для этого необходимо подать документы на регистрацию ИП (ОКВЭД — 45.32 «Розничная торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями»). Как только все документы в налоговой будут получены можно открывать счет в банке.

Следующим этапом необходимо подобрать помещение и сделать ремонт. Это самый долгий период — 3 недели. По завершению работ можно приступать к закупке товара. Тщательно выбирайте поставщиков и смотрите на их рейтинг.

После закупки продукции начинайте найм персонала. Ищите опытных специалистов, которые разбираются в автомобильной отрасли, а также имеют опыт в продажах. Далее начинайте работу магазин и проведите официальную церемонию открытия.

## 6. Организационная структура

Для открытия и функционирования магазина необходимо нанять следующий персонал:

* Директор
* Продавец — консультант (2 человека)
* Уборщица
* Заведующий складом

В результате, общая численность составит 5 человек. Для данного бизнес-плана должность директора занимает собственник бизнеса. Он руководит непосредственно работой магазина, общается с потенциальными поставщиками, ведет работу с бухгалтерией.

Продавцы-консультанты работают непосредственно в зале с клиентами. Они ведут книгу продаж, размещают заказы продукции, а также составляют еженедельную управленческую отчетность для директора. Складовщик ведет учет товаров на складе, занимается приемкой, а также размещает заказы недостающей продукции.

Бухгалтерия и рекламное агентство используется на аутсорсинге. Уборщица осуществляет уборку каждые 3 часа в рабочее время.

**Фонд оплаты труда, руб.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Постоянные расходы** | **Оклад** | **Количество сотрудников** | **Сумма** |
| Директор | 35 000 | 1 | 35 000 |
| Продавец | 15 000 | 2 | 30 000 |
| Уборщица | 15 000 | 1 | 15 000 |
| Заведующий складом | 15 000 | 1 | 15 000 |
| Страховые взносы |  |  | 28 500 |
| **Итого ФОТ** |  |  | 123 500 |

Полный расчет ФОТ на 24 месяца с учетом премиальной части и страховых взносов представлен в финансовой модели.

## 7. Финансовый план

**Капитальные затраты на открытие магазина автозапчастей, руб.**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Количество** | **Цена за 1 шт.** | **Обшая сумма** |
| Касса с POS-терминалом | 2 | 12 000 | 24 000 |
| Стеллажи | 8 | 5 000 | 40 000 |
| Витрина | 5 | 7 000 | 35 000 |
| Полки и ящики | 10 | 5 000 | 50 000 |
| Камеры | 6 | 1 500 | 9 000 |
| Охранная система | 1 | 10 000 | 10 000 |
| Компьютер | 2 | 20 000 | 40 000 |
| Принтер | 1 | 8 000 | 8 000 |
| Столы | 4 | 1 500 | 6 000 |
| Стулья | 4 | 1 200 | 4 800 |
| Мебель для посетителей | 1 | 6 000 | 6 000 |
| **Итого:** |  |  | **232 800** |

Общие затраты на закупку оборудования составляют 232 800 рублей. Из них 40 000 рублей необходимо потратить на закупку компьютеров. Столько же будут стоит стеллажи для торгового зала. Также 50 000 необходимо потратить на полки и ящики. Остальные затраты находятся в пределах от 4 800 рублей до 24 000 рублей.

**Инвестиции на открытие, руб.**

|  |
| --- |
| **Инвестиции на открытие** |
| Регистрация, включая получение всех разрешений | 10 000 |
| Ремонт | 140 000 |
| Вывеска | 30 000 |
| Рекламные материалы | 20 000 |
| Аренда на время ремонта | 84 000 |
| Закупка оборудования | 232 800 |
| Первоначальная закупка товара | 1 250 000 |
| Прочее | 10 000 |
| **Итого** | **1 776 800** |

Общие инвестиции на открытие составят 1 776 800 рублей. Наибольшие затраты приходятся на первоначальную закупку товара — (1 250 000 рублей), закупку оборудования (232 800 рублей), а также на ремонт помещения (140 000 рублей). Ежемесячная аренда составляет 84 000 рублей.

## 8. Факторы риска

К основным рискам при открытии магазина запчастей можно отнести:

* Риск поставщика

Данный риск связан с тем, что поставщики могут задерживать поставки, что в результате может вызвать дефицит востребованной продукции и отток клиентов. Для снижения данного риска необходимо тщательно выбирать поставщиков и проверять их репутацию у других магазинов.

* Низкий спрос на продукцию

Данный риск связан с тем, что при открытии магазина была неправильно выбрана целевая аудитория, а, соответственно, самые популярные марки автомобилей в вашем регионе. В результате, спрос на продукцию в вашем магазин низкий. Для снижения риска необходимо изучить основные марки в вашем регионе, их основные технические проблемы и только тогда закупать товар.