## 1. Краткий инвестиционный меморандум

**Наименование проекта:** Мойка самообслуживания «Мой до Дыр»

**Юридические и физические лица, заинтересованные в проекте:** Граждане, заинтересованные в коммерческой помывке автомобилей собственными силами.

**Цели проекта:**

* Организация мойки автомобилей собственными силами автовладельцев;
* Создание новых рабочих мест;
* Поступление налогов в бюджет Российской Федерации;

**Общая стоимость проекта:** 563 761 руб.;

**Период реализации проекта:** с апреля 2013 года;

**Этапы реализации проекта:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Этапы** | **Сроки** |
| Завершение разработки проекта | апрель 2013 года |
| Формирование ресурсной базы | апрель — сентябрь  2013 года |
| Регистрация фирмы | сентябрь 2013 года |
| Подготовка и организация производства продукции | сентябрь 2013 года |
| Выход на рынок | ноябрь 2013 года |
| Анализ и оценка результатов первого периода деятельности | ноябрь 2014 года |

**Конкурентные преимущества:**

* Простота и доступность цен;
* Низкая конкуренция на рынке, в связи с тем, что нет подобных предприятий в Магнитогорске;

**Источники финансирования проекта:** Частные вклады (собственные средства).

**Показатели экономической окупаемости проекта:**

* Период окупаемости — 40,5 мес.
* Общая прибыль за 1 год — 158 630 руб.
* Рентабельность предприятия — 32,6 %

**Количество новых рабочих мест:**Создание 1 рабочего места. ФОТ персонала — 15 000 руб./мес.;

**Социальная значимость и актуальность проекта для социально-экономического развития города или конкретной организации:**

Проект позволяет создать новые рабочие места для жителей города, а также обеспечить поступление налогов в бюджет города.

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Описание услуги, ее предназначение

foto

*Сам испачкал — сам помыл*

*foto*

25 лет — хотя и маленький, но всё же юбилей. Именно столько прошло с момента пуска первой автомойки самообслуживания, созданной компанией Karcher. И хотя до России еще не дошла волна массового перехода автомобилистов на самообслуживание, в Европе такие мойки становятся все более популярными.

Сегодня концепция мойки самообслуживания в равной степени привлекательна как для профессионалов моечного бизнеса, так и для автозаправочных станций, автосалонов и служб автосервиса, где такие мойки становятся дополнительным и стабильным источником дохода.

Сейчас разработана программа выпуска оборудования, удовлетворяющего современным потребностям технологии наружной и внутренней очистки автомобиля. Она включает не только выпуск отдельных узлов и агрегатов, но и оснащение крупных центров самообслуживания.

Что же такое автомойка самообслуживания и какова ее роль в системе автосервиса? Прежде всего, остановимся на ее отличиях от традиционных ручных моек, как контактных, так и бесконтактных.

Компактные стационарные автомобильные мойки самообслуживания расходуют намного меньше воды при рабочем давлении 100 бар — тех 500 л/ч, которые заявлены в технических характеристиках, достаточно для капитальной мойки четырех-пяти машин, причем с малым расходом моющих средств. Технология самообслуживания предусматривает меньше времени на мытье среднестатистического автомобиля, причем такая процедура в полтора-два раза дешевле обычной.



Особенности технологии

**Фирма мойка самообслуживания «Мой до Дыр» предоставляет следующие виды услуг:**

* Мойка высоким давлением.
* Щеточная мойка.
* Чистовая промывка.
* Обработка горячим воском.
* Промывка холодной водой (деминерализованной) и сушка.
* Чистка салона автомобиля.

Мойки самообслуживания являются достаточно перспективным продуктом в сфере автомоечного бизнеса. При грамотном выборе места расположения данного типа мойки (вблизи гипермаркетов, торговых центров, автозаправок, автодилеров, автомоек, парковок) и с учётом пониженных цен на услуги.

**Обосновывается спрос на мойки самообслуживания следующими факторами:**

* Стационарная компактная установка с высококачественными компонентами и минимальными затратами на строительство.
* Низкая стоимость содержания комплекса — значит низкая себестоимость мойки.
* Установка защищена от вандализма пользователей и недобросовестного обслуживающего персонала.
* Водители ищут доступную по средствам возможность мойки своего транспортного средства самим или дома.
* Уникальное предложение для Клиента по соотношению цена/качество мойки.
* Простые в управлении приборы мойки означают удобство в обращении.
* Индивидуальное предложение для мойки автомобиля. Забава для пользователя.
* Защита технологии пользователя/оператора!
* Для контроля за работой комплекса (поддержание порядка и помощь клиентам) необходим один сотрудник.

## 3. Описание рынка сбыта

Исследования рынка

Внешняя среда является источником, питающим организацию ресурсами, необходимыми для поддержания ее внутреннего потенциала на должном уровне. Организация находится в состоянии постоянного обмена с внешней средой, обеспечивая тем самым себе возможность выживания. Поэтому задача стратегического управления состоит в обеспечении такого взаимодействия организации со средой, которое давало бы ей возможность выживать в долгосрочной перспективе. Отслеживание внешней среды включает в себя сбор информации о социальных, культурных, демографических, экономических, политических, государственных и технологических трендах. Для данной цели работники компании могут использовать как собственные наблюдения, так и другие информационные ресурсы, такие как журналы, периодические издание и газеты.

За последние несколько лет автомойки самообслуживания получили широкое распространение, их популярность растет в геометрической прогрессии. Поэтому интерес к ним, и к их характеристикам и свойствам растёт.

**Законодательство России**

Политика Правительства на сегодняшний день способствует развитию малого и среднего бизнеса. Разработаны всевозможные программы по поддержке индивидуальных предпринимателей: льготное кредитование, легкость в регистрации и отсутствие необходимости получения лицензии на производства на предполагаемый вид продукции.

**Потребители (подробнее)**

По данным маркетингового исследования потенциальные и возможные потребители заинтересованы в приобретении и готовы потреблять продукцию фирмы за максимальную (указанную в анкете) цену за единицу товара.

**Конкуренты**

На российском рынке производства данная технология находится в развитии, поэтому на начальном этапе серьезной конкуренции не предвидится.

**Факторы косвенного воздействия**

**Экономическое состояние**

Мировой и российский кризис создают крайне неблагоприятную обстановку для создания и развития малого и среднего бизнеса. По причине кризиса возможна нестабильность в получении прибыли из-за не всегда подконтрольных доходов населения, а также из-за прогрессивности социально- экономического расслоения.

**Политическая среда**

Правительство Российской Федерации проводят политику поощрения программ и проектов по просвещению населения.

**Научно-техническая среда**

Благодаря научно-техническим достижениям в полимерной химии возможно развитие новых технологий производства, тем самым расширение спектра производимого товара.

**Маркетинговое исследование**

Основные задачи исследования:

1. Сбор информации о желаниях и вкусах потребителей;
2. Оценка актуальности новой услуги;
3. Определение потенциальных потребителей (возраст, заработок);

**Стратегия сбыта продукции:**

В целом наша маркетинговая политика будет направлена на привлечение новых клиентов, выполнение плана по продажам, подчеркивание индивидуальности наших услуг, создания преимуществ сотрудничества с нашим предприятием.

Все вышеперечисленные маркетинговые действия обеспечат достижение намеченного объема продаж и получение запланированной прибыли

Опросный лист

Добрый день. Мы хотим Вам презентовать нашу фирму «Мой до Дыр», предоставляющую услугу по коммерческий помыв автомобиля силами автолюбителя и за разумные цены. Просим Вас ответить на ряд вопросов.

1) Часто ли моете машину:

а) Раз в месяц.;

б) Раз в неделю.;

в) раз в 2 недели;

г) Раз в полгода или реже.

д) Каждые 500 км.

е) Каждые 1000 км.

ж) Каждые 100 км.

з) Ежедневно.

и) Каждые 5000 км. или реже.

2) Есть ли у личный автотранспорт:

а) Да;

б) Нет;

3) Каков Ваш среднемесячный заработок:

а) до 5 тыс. руб.;

б) 5 — 10 тыс. руб.;

в) 10 — 20 тыс. руб.;

г) свыше 20 тыс. руб.;

4) Будете ли вы сами мыть свой автомобиль на мойке самообслуживания:

а) буду;

б) буду иногда;

в) ни когда не буду;

г) не знаю;

Анализ исследования

Часто ли моете машину?

|  |  |
| --- | --- |
| Раз в месяц | 26.3% |
| Раз в неделю | 23.2% |
| Раз в 2 недели | 19.8% |
| Раз в полгода или реже | 13.8% |
| Каждые 500 км | 4.4% |
| Каждые 1000 км | 4.1% |
| Каждые 100 км | 2.9% |
| Ежедневно | 2.8% |
| Каждые 5000 км. или реже | 2.8% |

2)

нет и не предвидится 30.43%

нет, но обязательно будет 13.04%

есть47.83%

есть, и не один 8.70%

3)

до 5 тыс. руб.20%

5 — 10 тыс. руб.47.5%

10 — 20 тыс. руб.17.5%

свыше 20 тыс. руб.15

4)

Буду — 45%

Буду иногда — 22%

Никогда не буду — 22%

Не знаю — 11%.



Анализ конкурентов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Факторы**  **конкурентоспособности** | **«Мой до Дыр»** | **Автомоечный комплекс «Посейдон»** |
| Доступность цен | Высокая | Средняя |
| Ассортимент услуг | Средний | Средний |
| Обслуживание | Мойка автомобилей силами автолюбителя | Автоматическая мойка автомобилей |
| Местоположение | г. Магнитогорск, ул. Советская, 148 | г. Магнитогорск  ул. Советская д.51 |
| Оснащенность оборудованием | Средняя | Высокая |
| Дополнительные услуги | Присутствуют | Присутствуют |
| Система скидок | Отсутствует | Присутствует |
| Точность и скорость работы | Быстрая | Средняя |
| Качество товара | Высокое | Высокое |
| Реклама | Начальный этап | Развитая |

**Вывод:** На данном этапе автоматизированный процесс мойки и высокая оснащенность оборудованием, также развитая реклама позволяет лидировать конкурента. За счет доступности цен, качества, точности обслуживания, уникальности фирмы «Мой до Дыр» более перспективное на будущее.

Преимущества и недостатки услуги

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Преимущество по сравнению с конкурентами** | **Недостатки по сравнению с конкурентами** | **Меры по преодолению недостатков** |
| Эксклюзивность | Неизвестность  компании | Эффективная реклама |
| Низкие цены | Недостаточный  Профессионализм | Обучение персонала |
| Качественное оборудование и материалы | Менее высокая оснащенность оборудования | Затраты прибыли на оборудование |
| Клиент сам решает, как лучше помыть автомобиль |  |  |

## 4. Продажи и маркетинг

|  |  |
| --- | --- |
| **Элементы маркетинга** | **Характеристика** |
| Услуга | * Безопасность использования. * Бесплатная консультация по телефону. * Мойка высоким давлением. * Щеточная мойка. * Чистовая промывка. * Обработка горячим воском. * Промывка холодной водой (деминерализованной) и сушка. * Чистка салона автомобиля. |
| Цена | * Доступность цен * Наличный расчет |
| Место (распределение) | Выгодное местоположение (ул. Советская, 148 время работы офиса: 09:00-18:00) |
| Продвижение | Реклама на маршрутных транспортных средствах, реклама в газете и рекламных брошюрах. |
| Люди (Клиенты, конкуренты, персонал) | Клиенты: граждане, желающие сэкономить время и деньги.  Конкуренты: Автомоечный комплекс «Посейдон»  Сотрудники: Поставщики. |

Каналы продвижения предприятия до потребителей

Под каналами продвижения продукции предприятия предполагаются:

1. продажа путем принятия заявок по средству сети Internet;
2. принятие заявок в офисе, по телефону;

В целом наша маркетинговая политика будет направлена на привлечение новых клиентов, выполнение плана по продажам, подчеркивание индивидуальности нашей продукции, создания преимуществ сотрудничества с нашим предприятием.

С целью увеличения темпов продаж мы будем предоставлять скидки своим потребителям в размере от 5 до 10%. В весенне-летний период для всех постоянных покупателей и для крупных потребителей.

Рекламная стратегия

Основной целью рекламной стратегии предприятия будет являться по­зиционирование наших услуг — автомойка самообслуживания. Акцент в рекламной стратегии будет сделан на дешевизне, что будет крайне интересно людям желающих сэкономить время и деньги.

Цель рекламной стратегии — привлечь внимание выше перечисленных потенциальных покупателей, делая акцент на конкурентные преимущества нашего продукта, как уникального по своему исполнению и выполненному вручную.

Задача рекламы — создание образа услуги, как лучшей, создание и закрепление благоприятного имиджа в сознании потребителей, увеличение объёма выполняемых услуг.

**Маркетинговый план предприятия:**

Затраты на проведение рекламных маркетинговых мероприятий составят 10 000 руб. на полный год работы предприятия. Все запланированные мероприятия рассчитаны на наиболее эффективное привлечение потенциальных и возможных потребителей.

**Затраты на рекламные мероприятия**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Мероприятия** | **Цели** | **Сто-сть**  **руб.** | **Планируемая**  **эффективность** |
| 1 | Реклама в газетах | Запоминание продукта, узнаваемость, влияние на принятие решения о покупке | 5 000 | Размещение рекламы в наиболее читаемых газетах. |
| 2 | Реклама на маршрутных транспортных средствах | Имидж, информация, поиск клиентов | 3 000 | Обеспечение узнаваемости 100%, влияние на потребителей |
| 3 | Реклама в интернете | Позиционирование, узнаваемость, влияние на принятие решения о покупке | 2 000 | 100% при размещении в поисковиках и |
| Итого: | | | 10 000 |  |

## 5. План производства

Стоимость мойки автомобиля рассчитывается исходя из следующих показателей:

* Размер автомобиля;
* Режим мойки автомобиля

Цена мойки автомобиля силами автолюбителя колеблется в пределах от 100 рублей до 250 руб.

**Затраты на организацию автомойки**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№п\п** | **Оборудование** | **Сумма** |
| 1 | Модульная автомойка на 1 пост | 400 000,0 |
| 2 | Очистное сооружение Арос-1 Compact | 55 000,0 |
| 3 | Мойки высокого давления «Portotecnica» NewElite 2840 | 31 100,0 |
| 4 | Пылесос уборки салона «Lavor» AresIw | 7 200,0 |
| 5 | Установка оборудования | 40 000,0 |
| 6 | Транспортные услуги | 3 000,0 |
|  |  |  |
| **Итого** | | **536 300,0** |

**Затраты на материалы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Материалы** | | **Цена руб.** |
| 1 | автошампунь «Grass» Universal | 900,0 |
| 2 | тряпки для протирки насухо | 1 000,0 |
| **Итого** | | **1 900** |

**Затраты на производство работ (в мес.)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Затраты ежемесячные** | | **Сумма** |
| 1 | зарплата администратора-кассира | 15 000,0 |
| 2 | электроэнергия | 1 000,0 |
| 3 | охрана | 1 200,0 |
| **Итого** | | **17 200,0** |

Сумма первоначальных затрат предпринимателя на 1-й месяц 538 200 руб.

## 6. Организационная структура

В создаваемой фирме штат персонала составит 1 человек.

**Штатное расписание и размер заработной платы**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Должность** | **Количество единиц** | **Месячный оклад, руб.** | **ЕСН, руб.** | **Сумма в месяц, руб.** |
| 1 | Администратор-кассир | 1 | 15 000 | 1 950 | 13 050 |

Планируемый фонд оплаты труда с отчислениями в месяц по предприятию составит 15 000 руб. За год работы предприятия фонд будет составлять 180 000 руб.

Закрепление структурных обязанностей работников выглядит следующим образом:

Администратор-кассир — это координатор работы моечного комплекса самообслуживания, в его обязанности входит:

1. Смотреть за оборудованием;
2. Смотреть за правильностью эксплуатации оборудования;
3. Выполнять операции кассира.



## 7. Финансовый план

**Расчёт прибыли:**

Чтобы рассчитать валовую прибыль нужно знать выручку и себестоимость.

Прибыль валовая = выручка-себестоимость.

Чистая прибыль = прибыль валовая и налоги.

**Расчет рентабельности: (примерно 1%)**

Рентабельность = (прибыль валовая /себестоимость)\*100%

Или

Рентабельность = (прибыль валовая/Выручку)\*100%

**Срок окупаемости проекта: (в месяцах)**

T = затраты на вложение в проект/чистая прибыль

**Объемы выполненных работ (в мес.)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№п\п** | **машина** | **кол-во** | **сумма** | **в мес.** |
| 1 | Малый класс | 5 | 250 | 6 000,0 |
| 2 | Уборка пылесосом | 3 | 135 | 3 240,0 |
| 3 | Мойка без сушки | 2 | 100 | 2 400,0 |
| 4 | Средний класс | 11 | 660 | 15 840,0 |
| 5 | Бизнес класс | 4 | 280 | 6 720,0 |
| 6 | Представительский класс и малые джипы | 2 | 160 | 3 840,0 |
| 7 | Большие джипы и микроавтобусы |  | 0 | 0,0 |
| 8 | Автомобили типа Газель | 1 | 110 | 2 640,0 |
| **Итого за месяц** | | **672** |  | **40 680,0** |

**Доходы и расходы на месяц**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п\п** | **статья** | **расходы** | **доходы** | **Итого** |
| 1 | Выручка от мойки |  | 40680 | 40 680,0 |
| 2 | Зарплата работников | 15000 |  | -15 000,0 |
| 3 | отчисления с ЗП | 3060 |  | -3 060,0 |
| 4 | электричество | 1000 |  | -1 000,0 |
| 5 | автошампунь | 1260 |  | -1 260,0 |
| 6 | тряпки | 3500 |  | -3 500,0 |
| 7 | охрана | 1200 |  | -1 200,0 |
| 8 | Налоги с выручки 6% с выручки | 2440,8 |  | -2 440,8 |

**Прогноз финансовых результатов**

|  |  |
| --- | --- |
| Прибыль предпринимателя в мес. | 13 219,2 |
| Прибыль предпринимателя в год | 158 630,4 |
| Рентабельность | 32,50% |
| Срок окупаемости (мес.) | 40,57 |
| Срок окупаемости (лет) | 3,38 |

## 8. Факторы риска

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Виды риска** | **Причины возникновения** | **Меры предупреждения** |
| Риск невостребованности произведенной продукции | Ошибки в прогнозе спроса на производимую продукцию, выборе каналов сбыта, низким качеством товара, неритмичность производства, неэффективность рекламы | Контроль на всех стадиях производства-реализации, своевременное выявление причин, дополнительные маркетинговые исследования рынка, корректировка |
| Риски по хозяйственным договорам | Изменение предварительных условий контрактов, недобросовестность партнеров, неплатежеспособность потребителей, нарушение графиков и объемов поставок, | Строгое соблюдение требований ГК РФ и других законодательных и нормативных актов при заключении и исполнении хозяйственных договоров, определение размера и порядка возмещения контрагентом нанесенного ущерба |