

# Бизнес-план студии детейлинга



Выполнила  
Студентка группы ПД-219  
Абдуллина Элина

# Содержание:

- Краткий инвестиционный меморандум
- Описание бизнеса, продукта или услуги
- Описание рынка сбыта
- Продажи и маркетинг
- План производства
- Организационная структура
- Финансовый план
- Факторы риска

# Краткий инвестиционный меморандум

- Любой автомобиль со временем теряет блеск, на кузове и фарах появляется паутина от затирания, в салоне — пятна, на ковре — грязь.
- Услуги детейлинга сохраняют внешний вид и улучшают потребительские свойства автомобиля. Из-за того, что автомобилей премиум-класса становится больше, спрос на услуги увеличивается. Кроме премиум-сегмента, услуги детейлинг-студий подходят автовладельцам, которые готовят автомобиль к продаже или купили автомобиль с рук.
- Сумма первоначальных инвестиций — 359 440 рублей
- Точка безубыточности — 3 месяца
- Срок окупаемости — 6 месяцев
- Средняя ежемесячная прибыль — 96 557 рублей

# Описание бизнеса, продукта или услуги

- Детейлинг — это комплекс операций по уходу за автомобилем с использованием специального оборудования и чистящих средств. Детейлинг бывает внешний и внутренний.
- Внешний детейлинг — это полировка и нанесение защитного покрытия.
- Полировка удаляет большую часть царапин и потертостей с поверхности автомобиля. После чего кузов приобретает насыщенный цвет и блеск.
- Защитные покрытия — жидкое стекло и нанокерамика — после нанесения образуют на поверхности тонкий твердый слой, который защищает от новых царапин и потертостей. Свойства составов создают водоотталкивающий эффект и антистатический — во время дождя капли и брызги скатываются с поверхности кузова, а в сухую погоду к поверхности не липнет пыль.
- Внутренний детейлинг — это химчистка салона и нанесение защитных покрытий. Все поверхности интерьера очищаются от загрязнений и покрываются защитными составами в зависимости от материала: пластик, кожа или ткань.

# Описание рынка сбыта

- Целевая аудитория детейлинг-студий — владельцы дорогих автомобилей.
- В основном это мужчины от двадцати пяти лет: бизнесмены, служащие госструктур и руководители крупных предприятий. Для них состояние автомобиля, показатель статуса и престижа, — он технически исправен и всегда блестит.
- Они хотят, чтобы им оказывали премиальный уровень услуг в установленные сроки. Цена не является решающим фактором, но может приниматься во внимание практичными клиентами. Поэтому детейлинг-студия работает не на количество, а на высокое качество и оперативное выполнение услуг для каждого отдельного клиента.
- Если клиенту понравится уровень оказанных услуг, он будет рассказывать о студии друзьям и знакомым. Это будет лучшим каналом привлечения новых клиентов целевой аудитории.

# Продажи и маркетинг

- Чтобы заинтересовать большее число клиентов и сформировать положительный имидж на начальном этапе, можно предложить услуги на уровне лидера рынка по средним ценам.
- В дальнейшем, увеличивая производственные мощности предприятия, можно повышать цены на услуги.
- **Эффективные методы привлечения клиентов:**
  - личный контакт менеджера,
  - система скидок и специальные предложения,
  - работа в социальных сетях,
  - информационные сайты,
  - таргет-реклама,
  - распространение информации в узких целевых кругах.

# План производства

- Бизнес может быть зарегистрирован в двух формах: ИП и ООО.
- Бизнес будет проще начать с регистрации в качестве ИП: упрощённый порядок предоставления отчётности, свободное распоряжение выручкой, меньше налоговая нагрузка. Оптимальный выбор схемы налогообложения — УСН 6%
- ОКВЭД: 45.20.3 — Мойка автотранспортных средств, полирование и предоставление аналогичных услуг.
- Как для регистрации в качестве ИП, так и открытия юридического лица обязательна государственная регистрация, порядок проведения которой определён Федеральным законом о регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. При обращении в регистрирующий орган необходимо по установленной форме составить заявление, подготовить и представить учредительные документы, а также уплатить госпошлину.

# План производства

- **Помещение**

- Для комфортной работы с одним автомобилем необходимо помещение площадью не менее  $40 \text{ м}^2$ , с двумя автомобилями — около  $80 \text{ м}^2$ . Дополнительно потребуется площадь  $20 \text{ м}^2$  для расположения дивана, кофейного стола и стеллажа с материалами. Таким образом, необходимая площадь составляет  $100 \text{ м}^2$ .

- **Оборудование**

- Ниже представлен минимальный и достаточный набор оборудования и мебели, необходимый для старта. Также нужно закупить набор расходных материалов: полотенце из микрофибры, щётки, ёмкостей, полировальных кругов и паст, чистящих средств, жидкого стекла и консервантов салона.

## Перечень оборудования:

№	Наименование
1	Пылесос
2	Экстрактор
3	Полировальная машинка роторная
4	Полировальная машинка эксцентриковая
5	Отпариватель
6	Компрессор
7	Пылесводосос
8	Прожектор на стойке
9	Стеллаж
10	Шкаф
11	Аппарат высокого давления
12	Тепловентилятор

## План производства

### Перечень услуг:

№	Наименование
1	Химчистка салона
2	Восстановительная полировка
3	Антиголограммная полировка
4	Защитное покрытие «жидкое стекло»

# Организационная структура

- Весь объем работы могут выполнять 2 детейлера, при необходимости штат можно расширить. Форма оплаты труда — оклад + процент от выручки.
- Управляющий с функциями администратора может взять на себя создание фото-контента и ведение для социальных сетей. Его зарплата также привязана к выручке.
- Полный расчет ФОТ на 24 месяца с учетом премиальной части и страховых взносов представлен в финансовой модели.

## Инвестиции на открытие

## Финансовый план

Регистрация ИП	800
Дизайн-проект помещения	10 000
Ремонт	60 000
Вывеска	20 000
Рекламная кампания	30 000
Аренда на время ремонта	40 000
Закупка оборудования	188 640
Прочее	10 000
Итого	359 440

## Ежемесячные затраты

ФОТ (включая отчисления)	123 136
Аренда	40 000
Амортизация	3 414
Коммунальные услуги	8 000
Реклама	10 000
Бухгалтерия (удаленная)	3 000
Закупка расходников	15 303
Непредвиденные расходы	10 000
Итого	212 852

# Финансовый план

## Объемы выполненных работ

№п\п	Машина	Кол-во	Сумма	В месяц
1	Химчистка	8	8400	67 200
2	Мягкая полировка	5	6300	31 500
3	Восстановительная полировка	10	13 650	136 500
4	Защитное покрытие жидкое стекло	5	18 900	94 500
Итого за месяц		28	47 250	329 700

# Финансовый план

## Основные показатели

Сумма первоначальных инвестиций	359 440
Точка безубыточности (мес.)	3
Срок окупаемости (мес.)	6
Средняя ежемесячная прибыль	96 557
Ставка дисконтирования, %	17,00
Дисконтированный срок окупаемости — DPB, мес.	6
Чистый дисконтированный доход — NPV, руб.	1 379 860
Индекс прибыльности — PI	4,84
Внутренняя норма рентабельности — IRR,%	177,76
Рентабельность продаж, %	49%

План продаж на 24 месяца с учетом сезонности, прогноз эффективности инвестиций и расчет экономических показателей бизнеса представлен в финансовой модели

# Факторы риска

- Вырабатывая стратегии, следует помнить, что возможности и угрозы могут переходить в свою противоположность. Так, неиспользованная возможность может стать угрозой, если ее использует конкурент. Или наоборот, удачно предотвращенная угроза может создать у организации дополнительную сильную сторону в том случае, если конкуренты не устранили эту же угрозу.
- Для успешного применения SWOT-анализа важно уметь различать не только угрозы и возможности, но и попытаться оценить, насколько важным является учет в стратегии ее поведения.

# Факторы риска

## **СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ:**

- качественное выполнение услуг;
- использование фирменных и сертифицированных материалов;
- профессионализм сотрудников;
- удовлетворенность клиентов;
- оперативная обработка клиентских запросов;
- удобные часы работы;
- территориальное расположение предприятия;
- качественное оборудование.

## **ВОЗМОЖНОСТИ:**

- развитие дополнительных сервисов;
- предложение клиентам новых услуг;
- повышение качества сервиса;
  - расширение рынка;
- имеется потенциал к развитию;
  - новые технологии;
- сотрудничество с другими компаниями;
- хорошие связи с общественностью;

## **СЛАБЫЕ СТОРОНЫ:**

- отсутствие дополнительных сервисов;
- ограниченная целевая аудитория;
- высокая стоимость услуг;
- отсутствие опыта;
- низкая известность компании;
- малое количество оборотных средств;

## **УГРОЗЫ:**

- повышение стоимости материалов;
- сезонный спад;
- экономический спад;
- новые игроки на рынке;
- активность конкурентов.

Для нейтрализации слабых сторон планируется предпринять следующие меры:

Ввести дополнительные услуги;

Продвигать культуру детейлинга в социальных сетях и стремиться приобщить к культуре больше автолюбителей и в результате создать положительный имидж и лояльность клиентов;

Аккумулировать оборотные средства из выручки.

Проведенный SWOT-анализ показал, что предприятие имеет возможности для развития, если оно грамотно оценит и использует свои возможности и сильные стороны, предотвратит угрозы и избавится от слабых сторон.