

# Бизнес-план

открытия бокса детейлинга с привлечением труда  
инвалидов



Автор: Семенов Михаил М.

[misha.semenov2001@mail.ru](mailto:misha.semenov2001@mail.ru)

Научный руководитель:

Жилина Ж.А., Владимирский филиал РАНХиГС

г. Лакинск, 2021

# 1. 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

## 2. 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.



Пример внешний детейлинг

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 потёртостей. 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.



Пример - Внутренний детейлинг

Важно отметить, что при организации деятельности, планируется привлечь труд инвалидов, как с экономической точки зрения, так и с позиции проявления социальной ответственности. В первую очередь, предполагается привлечь труд людей с нарушением слуха и речи.

### **3. Описание рынка сбыта**

Целевая аудитория детейлинг-студий — владельцы дорогих автомобилей, проживающие в г. Лакинске и близлежащих территориях. Предполагается активная реклама и в городе Владимире.

Целевой сегмент: 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.

## **4. 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 по проекту:

- личный контакт менеджера,
- система скидок и специальные предложения,
- работа в социальных сетях,
- информационные сайты,
- таргет-реклама,
- распространение информации в узких целевых кругах.

Перечень оказываемых услуг:

- 1 Химчистка салона
- 2 Восстановительная полировка
- 3 Антиголограммная полировка
- 4 Защитное покрытие «жидкое стекло»

## 5. План производства и организации

### Организационно-правовая форма и налогообложение

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.

### Помещение

Для комфортной работы с одним автомобилем необходимо помещение площадью не менее 40 м<sup>2</sup>, с двумя автомобилями — около 80 м<sup>2</sup>. Дополнительно потребуется площадь 20 м<sup>2</sup> для расположения дивана, кофейного стола и стеллажа с материалами. Таким образом, необходимая площадь составляет 100 м<sup>2</sup>. Такие площади в достаточной степени доступны в промышленной части г. Лакинска.

### 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	Стоимость
1	Пылесос	12 640
2	Экстрактор	20 000
3	Полировальная машинка роторная	12 000
4	Полировальная машинка эксцентриковая	12 000

5	Отпариватель	10 000
6	Компрессор	12 000
7	Пылесос	30 000
8	Прожектор на стойке	8 000
9	Стеллаж	11 000
10	Шкаф	28 000
11	Аппарат высокого давления	28 000
12	Тепловентилятор	5 000

## 6. 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.

## 7. Финансовый план

Первоначальные инвестиции на открытие бизнеса:

Наименование первоначальных инвестиций	Сумма
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

Прогнозируемые ежемесячные затраты:

Ежемесячные затраты	Расходы
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

Объемы выполненных работ – среднемесячный прогноз продаж:

№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

Расчет денежного потока в усредненных значениях представлен ниже в виде отчета о движении денежных средств:

Статьи расходов	Янв.	Фев.	Мар.	Апр.	Май	Ию.	Июль	Авг.	Сен.	Окт.	Нояб.	Дек.	Всего
<b>Выручка</b>	329700	329700	329700	329700	329700	329700	329700	329700	329700	329700	329700	329700	3956400
<b>Себестоимость всего:</b>	15303	15303	15303	15303	15303	15303	15303	15303	15303	15303	15303	15303	183636
Арендная плата	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
Заработка плата с отчислениями	123136	123136	123136	123136	123136	123136	123136	123136	123136	123136	123136	123136	1477632
Реклама	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	10000	80000
Коммунальные платежи	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000
Интернет	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	10800
Прочие расходы	16500	16500	16500	16500	16500	16500	16500	16500	16500	16500	16500	16500	198000
Прибыль до налогообложения	115861	115861	115861	115861	115861	115861	115861	115861	115861	115861	115861	115861	1390332
<b>Налоговые выплаты</b>	23172	23172	23172	23172	23172	23172	23172	23172	23172	23172	23172	23172	278064
<b>Чистая прибыль</b>	92689	92689	92689	92689	92689	92689	92689	92689	92689	92689	92689	92689	1112268
<b>Чистая прибыль нарастающим итогом</b>	92689	185378	278067	370756	463445	556134	648823	741512	834201	926890	1019579	1112268	1112268

На основе отчета о движении денежных средств были рассчитаны основные показатели по проекту, которые представлены ниже (все расчеты сделаны в программе Excel):

Показатель	Значение
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%

## 8. 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.

В таблице ниже представлены результаты проведенного SWOT-анализа.

Сильные стороны	Возможности
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. качественное выполнение услуг;</li> <li>2. использование фирменных и сертифицированных материалов;</li> <li>3. профессионализм сотрудников;</li> <li>4. удовлетворенность клиентов;</li> <li>5. оперативная обработка клиентских запросов;</li> <li>6. удобные часы работы;</li> <li>7. территориальное расположение предприятия;</li> <li>8. качественное оборудование.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. развитие дополнительных сервисов;</li> <li>2. предложение клиентам новых услуг;</li> <li>3. повышение качества сервиса;</li> <li>4. расширение рынка;</li> <li>5. имеется потенциал к развитию;</li> <li>6. новые технологии;</li> <li>7. сотрудничество с другими компаниями;</li> <li>8. хорошие связи с общественностью;</li> </ol>
Слабые стороны	Угрозы

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. отсутствие дополнительных сервисов;</li> <li>2. ограниченная целевая аудитория;</li> <li>3. высокая стоимость услуг;</li> <li>4. отсутствие опыта;</li> <li>5. низкая известность компании;</li> <li>6. малое количество оборотных средств</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. повышение стоимости материалов;</li> <li>2. сезонный спад;</li> <li>3. экономический спад;</li> <li>4. новые и на рынке;</li> <li>5. • активность конкурентов.</li> </ol>
---	---

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.