


Бизнес план автостоянок и

Подготовил Чурков В. 34ЮО





Автовладельцев становится все больше с каждым годом. Согласно статистическим данным, число только легковых автомобилей на российских дорогах с 2007-го по 2017-ый год увеличилось на 50%. Всего 10 лет назад в России ездило 28 млн легковых автомобилей, а в 2017-ом году их стало более 42 млн.

Такая популярность собственного транспорта обусловлена погодными условиями в регионах страны, а также относительной доступностью кредитных средств и прочих программ по займу денег населению.

Данные факты свидетельствуют о том, что все виды услуг, связанные с обслуживанием автомобилей, будут достаточно востребованы. В их число включается и бизнес по организации автостоянок.



- Автостоянки — огороженные охраняемые участки, которые позволяют разместить владельцам свои автомобили. Прежде всего, такой услугой будут пользоваться ввиду недостаточности мест возле дома и работы, а также из-за повышенной преступности в ночное время, ведь нередки случаи, когда машины взламывают или вовсе угоняют.
- Организация автостоянки — несложный вид бизнеса, однако он потребует от вас определенных знаний и расчетов. В данном бизнес-плане будут рассмотрены все нюансы по организации такого рода предпринимательства.



Инвестиции

- Сумма первоначальных инвестиций составляет **3 254 500 рублей.**
- Точка безубыточности достигается на **1 месяц** работы.
- Срок окупаемости: **23 месяцев.**
- Средняя чистая прибыль: **146 837 рублей.**



Описание бизнеса

- Следует понимать, что автостоянки бывают разных видов:
- министоянки вместимостью до 50 машин;
- средние стоянки вместимостью 50-200 машин;
- крупные паркинги вместимостью более 200 машин.
- Кроме того, парковки могут быть как крытые (в помещении), так и под открытым небом. В первом случае вам потребуется больше ресурсов для организации дела.
- Также стоянки могут находиться как в спальных районах, так и в центре, причем в первом варианте следует рассчитывать на поток посетителей в ночное время, так как машины будут ставить жители жилых домов. Во втором варианте большее количество мест будет занято днем офисными сотрудниками и студентами.
- Стоянки так-же могут предлагать дополнительные услуги владельцам авто

Целевая аудитория

- Целевой аудиторией можно назвать людей со средним заработком, имеющих личный автомобиль
- Таким образом возможно сосредоточиться на какой-то конкретной аудитории и занять своё место на рынке, используя грамотную рекламу и маркетинг
- Как правило, в данном бизнесе лучше всего работает оффлайн реклама, такая как раздача листовок либо билборды в местах скопления машин



План производства

- Для начала необходимо зарегистрировать ИП или ООО
- Затем необходимо получить лицензии
- Дальше предстоит самое сложное, поиск земли и её подготовка.




Наименование	Количество	Цена за 1 шт.	Общая сумма
Камера видеонаблюдения	4	15 000	60 000
Охранная будка	1	150 000	150 000
Шлагбаум	1	50 000	50 000
Стул	2	2 000	40 000
Шкаф	1	5 000	5 000
Микроволновая печь	1	10 000	10 000
Чайник	1	5 000	5 000
Форма	3	1 500	4 500
Итого:			324 500

- Затем, предстоит поиск персонала, учёт рисков, организация бизнеса по календарю.
- В лучшем случае, для того чтобы открыть автостоянку, необходимо 8 недель, начиная с регистрации заканчивая маркетингом



Регистрация, включая получение всех разрешений	70 000
Проведение работ на участке	2 600 000
Аренда земли на время постройки	210 000
Реклама	50 000
Закупка оборудования	324 500
Итого	

Инвестиции на открытие, руб
Основную долю инвестиций (более 80%) составляет подготовка территории под автостоянку. Далеко не всегда можно найти идеально ровное, с хорошими подъездами, место под автостоянку, поэтому земляные и прочие подготовительные работы занимают большую часть первоначального бюджета.



Факторы риска

- Риски, которые будут сопровождать проект на стадиях его запуска и реализации:
- Низкая заполняемость парковки. Возможно, выбрать не самое удачное место, и клиентов будет недостаточно. В этом случае нужно поддерживать интерес рекламой. Постоянное продвижение вашего проекта сделает свое дело и аудитория будет вовлекаться.
- Высокая конкуренция. Предлагать посетителям чуть больше, чем конкуренты: чистка стекол, бесплатный час, прогрев машины и т.д. Подобные услуги помогут отстроиться от конкурентов.
- Некомпетентность охранников, которые могут присваивать себе денежные средства. Проверять сотрудников, вести учет наличности, все это поможет избежать расходования денежных средств в дальнейшем.

