


Бизнес План
Автомойки
самообслуживан
ия




**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО»**

**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
КАФЕДРА ТОРГОВОГО ДЕЛА**

**Работа
По дисциплине «Основы предпринимательства»**

Выполнил студент группы _35193-ТО-2УК
Направление 38.03.06 "Торговое дело"
Сулименко С.А

Н. Новгород, 2021г.



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.

Особенности технологии

Фирма мойка самообслуживания предоставляет следующие виды услуг:

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



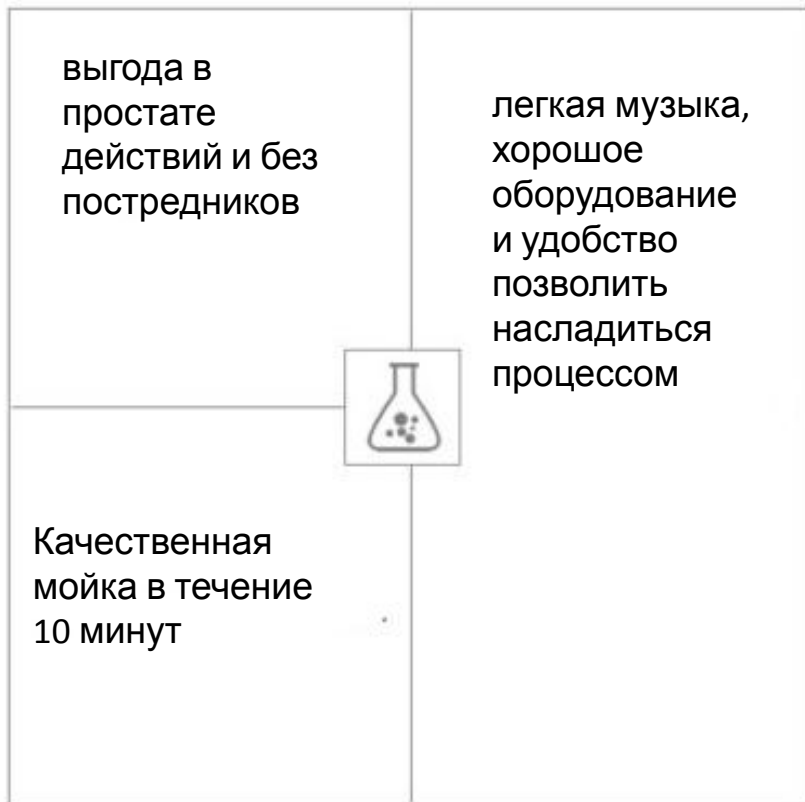
Мойки самообслуживания являются достаточно перспективным продуктом в сфере автомоечного бизнеса. При грамотном выборе места расположения данного типа мойки (вблизи гипермаркетов, торговых центров, автозаправок, автодилеров, автомоек, парковок) и с учётом пониженных цен на услуги.

Логотип компании



Ценностное предложение Остервальдера:

Продукт



Компания: процедурная
Продукт: мойка и уход за автомобилем
Идеальный клиент: человек понимающий что ему надо

Клиент



Обычные автомойки где работают другие люди, с другим подходом

Элементы маркетинга	Характеристика
Услуга	<ul style="list-style-type: none">● 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	<ul style="list-style-type: none">● Доступность цен● Наличный расчет
Место (распределение)	Выгодное местоположение
Продвижение	Реклама на маршрутных транспортных средствах, реклама в газете и рекламных брошюрах.
Люди (Клиенты, конкуренты, персонал)	Клиенты: граждане, желающие сэкономить время и деньги. Сотрудники: Поставщики.

Инвестиции на открытие

Регистрация, включая получение всех разрешений	10 000
Ремонт	150 000
Вывеска и оформление фасада	40 000
Рекламная кампания	50 000
Аренда на время ремонта	100 000
Закупка оборудования	809 200
Прочее	10 000
Итого	1 169 200

Ежемесячные затраты

ФОТ (включая отчисления)	107 269
Аренда	100 000
Амортизация	11 667
Коммунальные услуги	21 469
Реклама	30 000
Закупка расходников	32 203
Прочие расходы	10 000
Итого	312 607

В ежемесячные затраты входят как постоянные, так и переменные издержки (прямые расходы), зависящие от объемов продаж.

В таблице представлены усредненные ежемесячные издержки.

Расчет точки безубыточности :

- Сумма первоначальных инвестиций — 1 169 000 рублей.
- Срок окупаемости — 16 месяцев.
- Средняя ежемесячная прибыль — 91 000 рублей.
-

**Вывод: таким образом точка безубыточности достигается на 16
месяц работы**

В таблице представлены усредненные ежемесячные издержки

Инвестиции на открытие	
Регистрация, включая получение всех разрешений	10 000
Ремонт	150 000
Вывеска и оформление фасада	40 000
Рекламная кампания	50 000
Аренда на время ремонта	100 000
Закупка оборудования	809 200
Прочее	10 000
Итого	1 169 200

Ежемесячные затраты	
ФОТ (включая отчисления)	107 269
Аренда	100 000
Амортизация	11 667
Коммунальные услуги	21 469
Реклама	30 000
Закупка расходников	32 203
Прочие расходы	10 000
Итого	312 607



Факторы риска

Виды риска	Причины возникновения	Меры предупреждения
Риск не востребоваемости 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