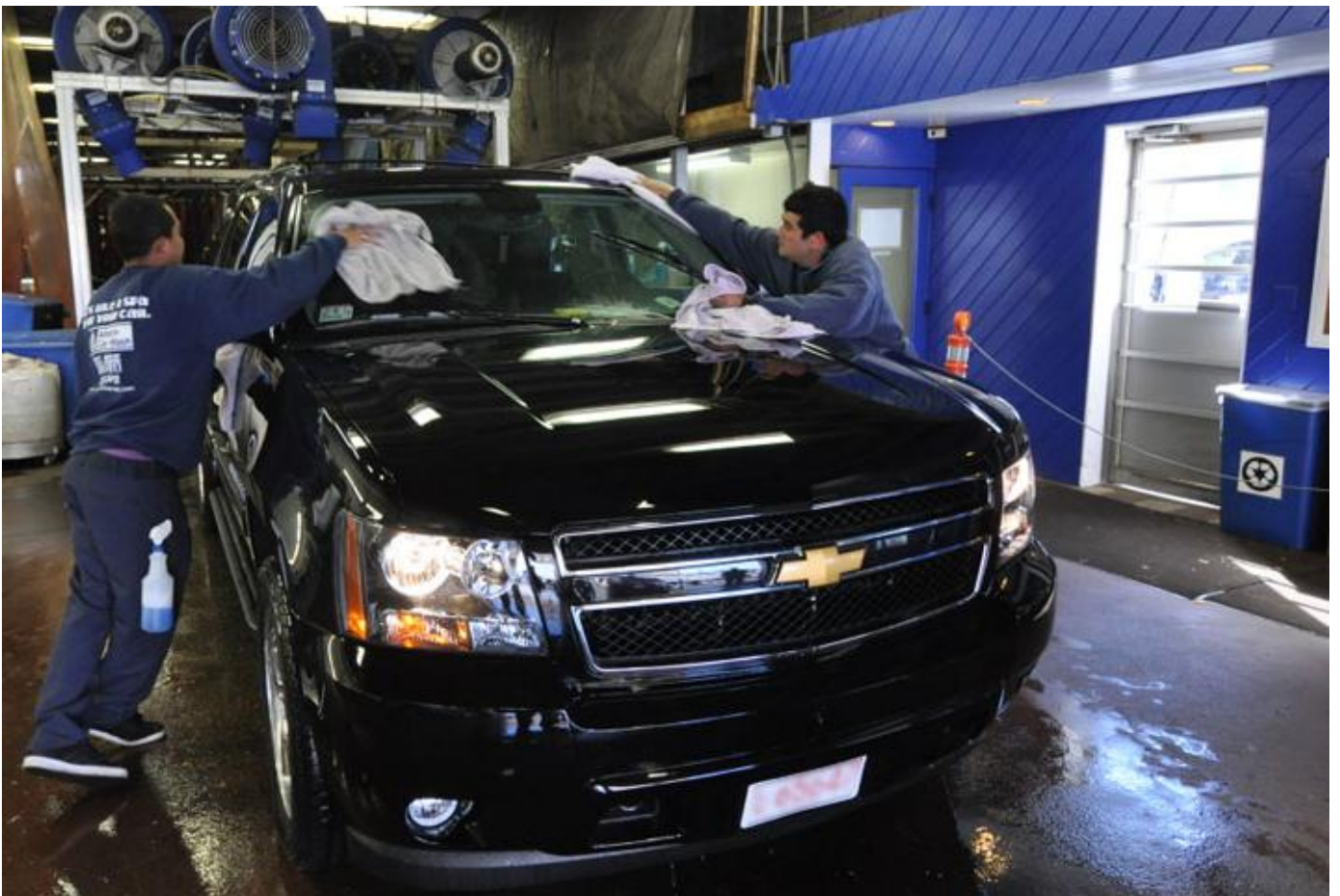


Бизнес-план

«Открытие автомойки в 51 мкрн.  
г.Челябинска»



Челябинск

2016

## Паспорт проекта

Инициатор проекта – Общество с ограниченной ответственностью «Аквазона»

Цель проекта – организация ручной автомойки в 51 мкрн г.Челябинска

Место реализации проекта – Курчатовский район г.Челябинска, ул.Лобырина.

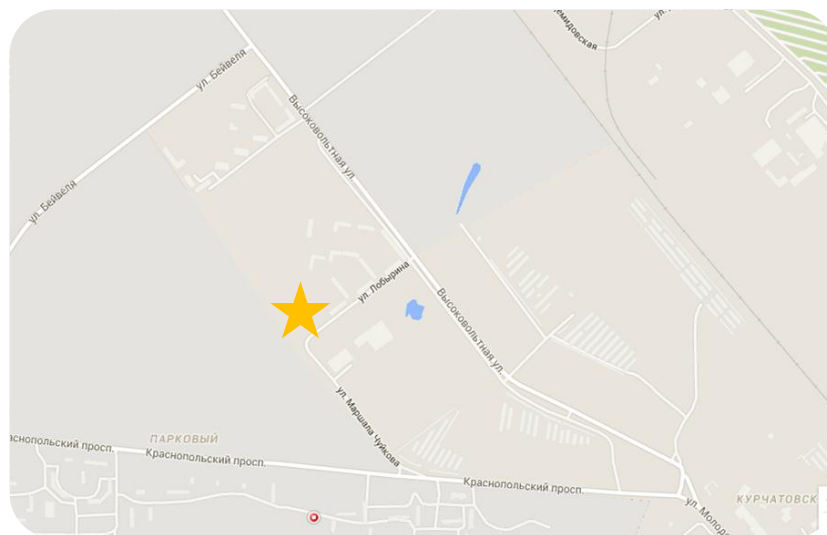


Рисунок 1 - Предполагаемое месторасположение объекта

Сроки реализации проекта:

- Июль 2015г. – регистрация общества с ограниченной ответственностью; выбор системы налогообложения, выбор местоположения автомойки, заключение договора аренды;
- Август 2015г. – февраль 2016г.: подготовка проектной документации, получение необходимых разрешений и согласований (архитектурное согласование, типовое пожарное заключение, СЭС и другие);
- Март 2016г. – апрель 2016г.: присоединение к сетям (электроснабжения, водоснабжения, теплоснабжения), заключение договора на утилизацию ТБО и использованной воды;
- Апрель 2016г. – получение разрешения в Роспотребнадзоре;
- Июль 2016г. – август 2016г. – закупка оборудования
- Сентябрь 2016г. – открытие автомойки.

Общая стоимость проекта – 1 490 тыс. рублей

Назначение инвестиций – закупка оборудования, отделка помещения внутри и снаружи, обустройство территории земельного участка.

## **Описание проекта**

**Инициатор проекта** - Общество с ограниченной ответственностью «Аквазона»

454030, г. Челябинск, ул. Шагольская 1 квартал, д.5

ИНН 7449189281

ОГРН 1107453000984

р/счет № 40702810638090001251 в Филиале «Екатеринбургский» АО «АЛЬФА-БАНК»

БИК 046577964

к/ счет № 30101810100000000964

## **Оказываемые услуги:**

Список основных услуг мойки состоит из:

- мойки и полировки кузова;
- мойки двигателя;
- сухой и влажной уборки;
- чистки салона;
- чернение бамперов и резины;
- уборка пылесосом;
- мойка багажника;
- обработка кузова воском.

Оказание услуг предполагается по среднерыночным ценам г. Челябинска.

Таблица 1 - Прайс основных услуг компании

Название услуги	Стоимость услуги, рублей			
	МАЛОЛИТРАЖКА (1 ценовая категория)	СЕДАН (2 ценовая категория)	УНИВЕРСАЛ (3 ценовая категория)	ВНЕДОРОЖНИК (4 ценовая категория)
Бесконтактная мойка	250	300	390	430
Бесконтактная плюс (двойная, с элементами ручной мойки, эффект "полировки") без сушки	300	390	470	590
Экспресс (мойка без шампуня и без сушки)	140	180	200	250
Сушка кузова	50	80	90	120
Мойка резиновых ковриков (4 шт)	60	60	60	100
Мойка евроковриков (текстильные) (4 шт)	70	80	100	150
Экспресс-полировка кузова после мойки	250	290	350	400
Уборка салона (комплекс - пылесос, влажная уборка, чистка стекол, полировка панелей)*	350	400	470	800
Уборка салона пылесосом	120	140	170	290
Влажная уборка салона	100	130	140	230
Химчистка салона (пол, 4 сидения, двери, потолок)	2400	3300	4200	от 6000
Мойка двигателя	240	240	240	240
Чистка дисков спецсредством	60	70	90	120
Чернение резины	50	70	100	150

Впоследствии планируется проводить изучение потребительского спроса на разные виды услуг и дополнять перечень работ, производимых на автомойке, новыми пунктами.

## Описание рынка

За последние пять лет число зарегистрированных автомобилей в Челябинске выросло на 21% - до 320 тыс. единиц. Учитывая постоянно увеличивающуюся обеспеченность населения автомобилями, погоду в России и состояние дорог, можно предположить, что спрос на услуги автомоечных комплексов будет только расти. Регулярная мойка автомобиля хорошо влияет на состояние кузова, аэродинамику и расход топлива.

В наше время лишь немногие автовладельцы моют машины самостоятельно: не у всех есть необходимое оборудование, площадка для организации процесса мытья и время, к тому же в минусовую и ненастную погоду это занятие вряд ли можно назвать приятным. К тому же чаще всего самостоятельное мытье автомобиля нельзя признать экологичным. По оценкам экспертов, примерно 70% автовладельцев периодически заезжают на автомоечные станции. Как правило, это мужчины в возрасте 24-45 лет, владельцы иномарок и новых автомобилей.

Недостатка в мойках в городе не ощущается. Обеспеченность автомойками к общему количеству автомобилей – средняя. Однако территориально мойки представлены не во всех районах города.

Как правило, в городах автомойки располагают в крупных спальных районах с большим количеством жителей, рядом с торговыми центрами, бизнес-центрами или внутри них. Немалым спросом пользуются мойки, установленные рядом со стоянками, АЗС или станциями техобслуживания. Правильное местоположение автомойки способно обеспечить постоянную загрузку рабочих площадей.

В Челябинске районом, отвечающим обоим критериям, стал 51 мкрн. Ближайшая автомойка располагается по адресу ул. Молодогвардейцев, 61/2, то есть в 3-4 остановках общественного транспорта от микрорайона. Организация автомойки в 51 мкрн. нацелена на основную аудиторию в виде жителей микрорайона. Дополнительное преимущество заключается в наличии поблизости от арендуемой площадки вместительной автопарковки на 300 машиномест, а также шиномонтажа и пары небольших автомастерских. Как правило, посетителям удобно за один раз воспользоваться сразу несколькими смежными услугами.

По сравнению с такими городами, как Екатеринбург или Тюмень, Челябинск обеспечен автомойками меньше в расчете на душу населения. (см. таблицу 2).

Таблица 2 - Обеспеченность населения г. Челябинска автомойками

Город	Население, тыс.	Число автомоек	Коэффициент обеспеченности населения автомойками
Челябинск	1182	325	27,5
Екатеринбург	1428	510	35,7
Тюмень	697	324	46,5
Уфа	1105	241	21,8
Пермь	1036	271	26,2

На сегодняшний день в России распространено три основных типа автомоек – мобильные, ручные и порталные, также начинается развиваться и четвертый тип – мойки самообслуживания.

Мобильная автомойка создается на базе транспортного средства и позволяет обслуживать клиентов в любом приспособленном для этого месте.

Портальные мойки оснащены автоматическими средствами для мойки автомобилей. Они имеют высокую пропускную способность и рентабельность, однако, при недостаточном уходе или невнимательности оператора, существует риск порчи автомобиля.

Мойка самообслуживания говорит сама за себя. Клиент самостоятельно моет свою машину. Такая мойка подразумевает достаточно высокие инвестиции для открытия и имеет смысл при открытии в городах только с высокой плотностью населения.

На сегодняшний день наиболее распространены в стране и в городе Челябинске в частности ручные автомойки. Предлагаемый бизнес-план автомойки предполагает открытие автомойки именно такого типа.

Около 90% всех моечных сервисов в России – это ручные автомойки на 1-3 поста. Остальные 10% – порталные автомойки. В челябинске 95% моек – ручные.

Открытие ручной автомойки имеет свои преимущества и недостатки:





Рисунок 2- Ручная автомойка

### **Преимущества**

Самый главный плюс — низкие расходы на открытие. Оборудование стоит относительно недорого, и если мойку не строить с нуля, а взять в аренду помещения, получится вполне бюджетно. Следующий плюс — возможность предоставлять большой набор дополнительных услуг на небольшой площади. В одном и том же боксе можно заниматься полировкой машины, глубокой химчисткой салона, нанесением специальных защитных покрытий и т. д. Также, возможно, самое главное преимущество заключается в том, что на ручной мойке обеспечивается самое высокое качество мытья. Ни один автомат никогда не сможет промыть все труднодоступные места так, как это делает человек.

### **Недостатки**

Обратная сторона медали — зависимость качества мытья от персонала. И второй минус это собственно сам персонал, который нужно искать, обучать и контролировать, что бывает достаточно сложно и трудоемко.



Рисунок 3 - Портальная мойка

Стоимость проекта – 1 490 тыс.рублей. Необходимые затраты полностью покрываются за счет собственных средств инициатора проекта.

### SWOT анализ проекта

<p><b>Strenght (преимущества)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Относительная легкость подбора персонала</li> <li>Конкуренетоспособные цены</li> <li>Современное оборудование</li> <li>Удобное месторасположение</li> </ul>	<p><b>Weaknesses (недостатки)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Отсутствие опыта в подобной деятельности</li> <li>Изменчивая экономическая среда</li> </ul>
<p><b>Opportunities (возможности)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ухудшение позиций конкурентов</li> <li>Увеличение количества жителей города</li> <li>Увеличение количества автомобилей</li> <li>Привлечение корпоративных клиентов</li> <li>Организация дополнительных услуг</li> </ul>	<p><b>Threats (угрозы)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Появление новых крупных конкурентов</li> <li>Снижение уровня жизни населения</li> </ul>



## **План маркетинга**

Прежде всего стоит упомянуть тот факт, что близость автостоянки, шиномонтажа и автомастерских уже позволит иметь постоянный приток клиентов даже при отсутствии затрат на рекламу.

Так как арендуемое помещение под мойку располагается достаточно недалеко от оживленной дороги, планируется установить рядом с дорогой красочную вывеску со стрелкой, указывающей направление расположения автомойки и расстоянием до нее.

На стадии открытия бизнеса, когда свободных средств под рекламу еще довольно мало или не осталось вообще, планируется заявить о себе путем проведения акции «каждая шестая мойка за счет заведения». Это способно привлечь клиентов, живущих неподалеку.

Также планируется распечатать 1000 визиток и распространить в магазинах продажи автозапчастей и СТО.

Для того чтобы создать приятное впечатление о мойке и наработать постоянных клиентов планируется кое-какие мелкие услуги предоставлять в качестве "бесплатных бонусов". Прежде всего — подкачку шин: услуга очень популярная, если учесть состояние дорог и нехватку времени у среднестатистического автомобилиста. Зимой после мойки планируется практиковать продувку замков сжатым воздухом, чтобы попавшую в них влагу не прихватило на морозе, а также обработку их специальным средством, предотвращающим замерзание. Обе процедуры весьма актуальны в нашем непростом климате.

Также планируется по возможности продвигать корпоративные продажи, которые априори считаются более доходными, прежде всего благодаря объемам. Для этого осенью 2016г. в первые месяцы открытия автомойки планируется привлечь к работе торгового агента, который смог бы наработать клиентскую базу (начать с обзвона крупных организаций, автопарк которых постоянно нуждается в помывке, заключать договоры на месячное обслуживание с возможностью дальнейшей пролонгации). Это обеспечит постоянный объем работ и уровень дохода.

## Производственный план



Рисунок 4- Автомойка на 3 поста

3-х постовая мойка включает в себя:

- три поста,
- комнату администратора,
- комнату для персонала,
- комната ожидания для клиентов,
- асфальтированную парковку на 400 квадратных метров.

Общая площадь помещений автомойки – 156 м<sup>2</sup>.

Рисунок 5- Проект автомойки

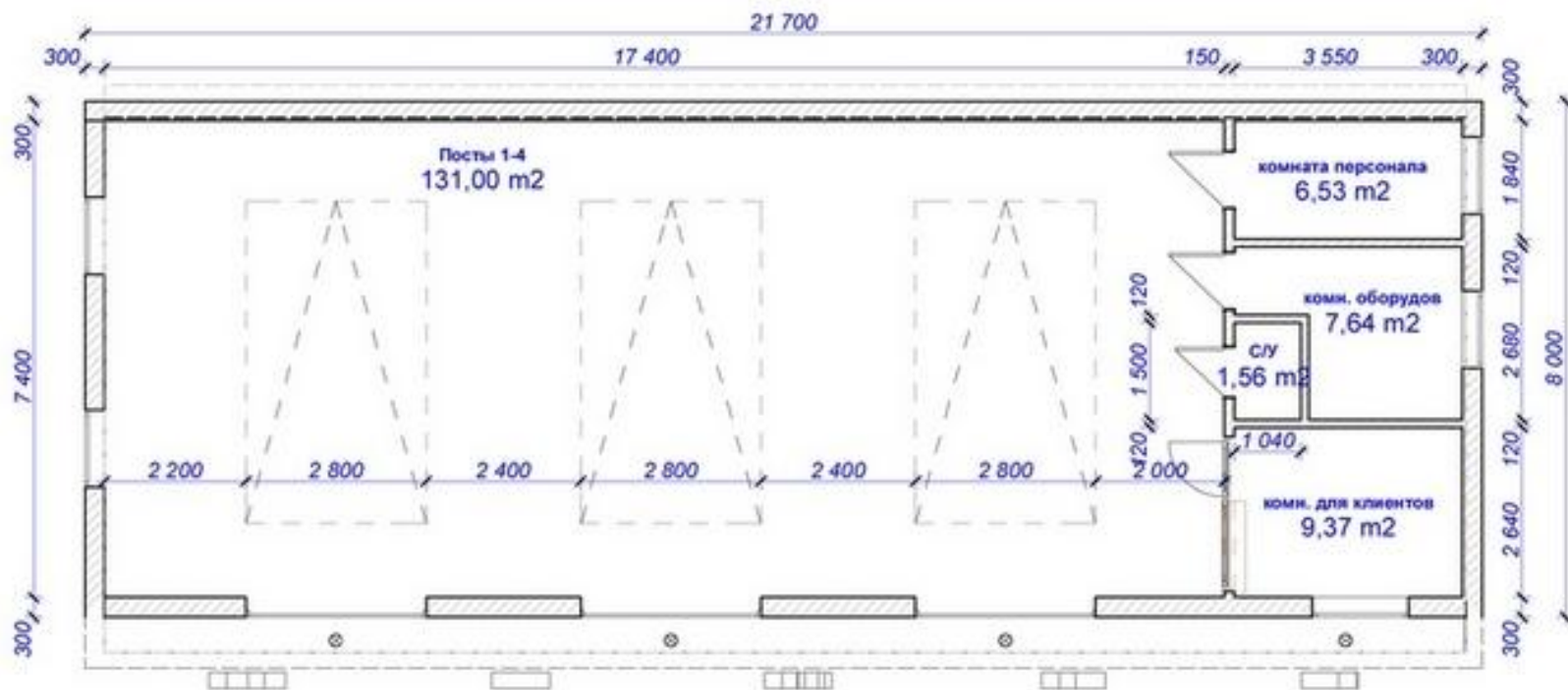




Рисунок 6 - Готовые к работе посты на автомойке

Как правило, на ручной мойке одну машину обслуживает двое мойщиков.

### **Технология производства**

Схема взаимодействия персонала и клиентов: клиента принимает администратор, выясняет, какие услуги требуются, рассчитывает стоимость услуг и сообщает информацию старшему мойщику. Тот, в свою очередь, назначает, кто из его подчиненных займется машиной. Администратор в конце процесса принимает у клиента плату и выдает кассовый чек. Этот вариант рекомендовали эксперты и владельцы действующих моек.

При работе автомойки используется аппаратура высокого и низкого давления. В процессе мойки сначала осуществляется предварительная мойка машины с распылением смягченной холодной воды и моющего средства под высоким давлением. Затем производится мойка машины щетками с горячей смягченной водой и моющим средством. После мойки необходимо смыть все реактивы, входящие в состав моющих средств, для чего производится ополаскивание обычной водой под высоким давлением. Для очистки и мойки стекол производится заключительное ополаскивание деминерализированной водой

под низким давлением с целью смыть минеральные вещества, который могут дать осадок при высыхании.

В качестве поставщика автохимии исходя из критериев доступность цен и надежность выбран ООО «СЦ ОПТИМА» г. Челябинск.

### **Производственное оборудование**

В техническое оснащение входят:



- 3 профессиональных аппарата высокого давления (производительность 240-700 л/мин, Karcher HD 7/18-4 M Plus, Германия) –  $92\,999 \times 4 = 278\,997$  руб.



- 2 пенокомплекта для бесконтактной мойки (класс пенообразования «Н») для концентрата  $8\ 500 \times 2 = 17\ 000$  руб.



- два пылесоса для сухой и влажной уборки с новой системой интенсивной очистки фильтра (2750 Вт, Karcher NT 65/2 Eco)  $23\ 600 \times 2 = 47\ 200$  руб.
- система видеонаблюдения 25 490 руб.
- система вентиляции 332 930 руб.
- система очистки и рециркуляции воды (производительность 1м<sup>3</sup>/ч, моноблок 2,1x0,7x1,85, УКО- 2 КМ) 125 000 руб.
- компьютер, подключенный к интернету 21 000 руб.
- телефон 5 000 руб.
- кулер 2 500 руб.

Итого: 855 117 рублей.

Наличие современного профессионального оборудования для автомойки - это признак заботы компании о своих клиентах, о здоровье своих работников и престиже фирмы.

Монтаж оборудования обойдется в 120 000 рублей.

Капитальные вложения планируется осуществить в июле-августе 2016 года с тем, чтобы в сентябре приступить к предоставлению услуг населению.

Стоит учитывать, что автомоечный бизнес – бизнес сезонный. Весной и поздней осенью на автомойках выстраиваются очереди, а летом обычно наоборот затишье. В тот момент, когда падает спрос на мойку кузова, внимание переключается на «внутренние» услуги: химчистку салона, протирку пластика, мойку ковриков и т. п.



## **Финансовый план**

Величина затрат на подготовку помещения и участка для организации автомойки зависит, прежде всего, от наличия необходимых инженерных коммуникаций. В нашем случае арендуемый участок уже оснащен основными коммуникациями, в частности, электричеством, водопроводом, отопительными сетями.

Также существенную долю при открытии автомойки составляют обычно затраты на получение разрешительной документации. В нашем случае эти затраты были понесены арендодателем.

Тем не менее, к существенным затратам, которые планируется понести, отнесем:

- Отделка помещения внутри и снаружи (обшивка стен новыми аквапанелями, покраска потолка, стен, воротных и дверных проёмов, окраска радиаторов отопления и труб) 165 000 рублей
- Асфальтирование площадки перед мойкой ( $400\text{м}^2 * 600 \text{руб} = 240\,000$  рублей)

Автомойка будет работать круглосуточно. С 8.00 до 10.00 и с 17.00 до 22.00 загрузка по обыкновению принимается за максимум, в остальное время - на уровне 20% от него.

В среднем, чтобы помыть одну машину требуется 20 мин. Значит, час уйдет на обслуживание трех автомобилей. Таким образом, считаем, один пост ежедневно будет обслуживать:  $3*(2\text{ч.} + 5\text{ч.}) + 3*(24-(2+5))*20\% = \text{около } 30$  машин.

Три поста – 90 автомобилей.

Таким образом, в среднем мойка из трех постов может обслужить в месяц  $30*90=2700$  машин.

Средний чек на одного клиента будет состоять из стоимости базовой услуги и дополнительных услуг. Базовая услуга, предоставляемая автомойкой – мойка кузова автомобиля. Среднее значение стоимости мойки кузова - 350 рублей. Добавим к этому значению минимальную сумму дополнительной услуги 50 рублей и получим средний чек (без учета химчистки) – 400 рублей. Средний чек за услугу химчистка – 3 300 рублей.

Исходя из вышеуказанного, выручка мойки за месяц составит: 1 080 000 рублей.

Аренда помещения – 60 000 рублей/месяц (не включая потребление электричества и воды)

Среднее потребление электроэнергии в месяц – 3 800-4 300 кВт/час

Среднее потребление воды в месяц – 500-600м<sup>3</sup>

Заработная плата – 351 000 рублей/месяц.

Согласно Налогового кодекса Российской Федерации деятельность автомойки подпадает под упрощенную систему налогообложения: ЕНВД.

Таблица 3 - Доходы и расходы проекта

	1й год	2й год	3й год	4й год	5й год
Количество автомобилей в день, шт.	50	90	90	90	90
Выручка от мойки автомобилей, руб.	7 200 000	12 960 000	12 960 000	12 960 000	12 960 000
Выручка от хим.чистки автомобилей, руб.	396 000	660 000	792 000	792 000	792 000
Итого выручка, руб.	7 596 000	13 620 000	13 752 000	13 752 000	13 752 000
Затраты на расходные материалы, руб.	78 150	140 127	141 485	141 485	141 485
Электроэнергия, руб.	114 006	204 419	206 400	206 400	206 400
Водоснабжение, руб.	30 807	55 238	55 238	55 238	55 238
Водоотведение, руб.	17 868	32 038	32 038	32 038	32 038
Утилизация ТБО, руб.	43 200	43 200	43 200	43 200	43 200
Реклама, руб.	62 000	15 400	15 400	15 400	15 400
Интернет, руб.	54 000	54 000	54 000	54 000	54 000
Телефон, руб.	5 280	5 280	5 280	5 280	5 280
ФОТ, руб.	4 212 000	4 212 000	4 212 000	4 212 000	4 212 000
Страховые взносы, руб.	1 263 600	1 263 600	1 263 600	1 263 600	1 263 600
Аренда, руб.	720 000	720 000	720 000	720 000	720 000
Амортизация, руб.	96 520	96 520	96 520	96 520	96 520
Налоги (ЕНВД), руб.	121 020	121 020	121 020	121 020	121 020
Финансовый результат, руб.	777 549	6 657 158	6 785 819	6 785 819	6 785 819

Учитывая суммарный объем вложений в проект (1 490 203руб.), заметим, что **срок окупаемости проекта (РР) равен 1,11 года.**

Для того чтобы определить ставку дисконтирования для приведения денежных потоков, воспользуемся следующим методом:

Ставка дисконтирования без учета риска проекта (d) определяется в долях единицы как отношение ключевой ставки (r), установленной Центральным банком Российской Федерации, и объявленного Правительством Российской Федерации на текущий год темпа

инфляции (i).

$$1 + d = (1 + r/100) / (1 + i/100), \text{ где}$$

d - Ставка дисконтирования без учета риска проекта;

r – ключевая ставка;

i - объявленный Правительством Российской Федерации на текущий год темп инфляции;

Поправка на риск определяется исходя из типовых и специфических рисков проекта следующим образом:

Таблица 3- Значения типовых рисков проекта

Тип проекта	Значение, %	Уровень риска
Проект, направленный на снижение себестоимости продукции	6 – 10	Низкий
Проект, направленный на увеличение объема продаж существующей продукции	8 – 12	Средний
Проект, предполагающий производство и продвижение на рынок нового продукта	13 – 15	Высокий
Проект, предполагающий вложения в исследования и инновации	18 – 20	Очень высокий

Рассчитанная ставка дисконтирования составляет

Таблица 4 - Расчет ставки дисконтирования

Показатель	Значение
Ключевая ставка	11,0%
Прогнозная инфляция	6,4%
Уровень риска	16,0%
Ставка дисконтирования	20,3%
Ставка дисконтирования для расчетов	20,0%

С учетом вышеуказанной ставки дисконтирования **дисконтированный срок окупаемости инвестиций DPP равен 1,18.**

Методика расчета чистой приведенной стоимости (NPV) заключается в суммировании приведенных (пересчитанных на текущий момент) величин чистых денежных потоков по всем интервалам планирования на всем протяжении периода исследования.

$$NPV = \sum \frac{CF_n}{(1+R)^n}$$

Где:

CF – свободный денежный поток на n-ом интервале планирования;

R - ставка дисконтирования;

N –горизонт планирования.

В нашем случае **чистая приведенная стоимость NPV равна 14 355 267 рублей.**

**Рентабельность продаж по операционной прибыли ROS** при выходе на плановые объемы обслуживания посетителей будет равна **50%**.

## **План персонала**

При полной загрузке автомойки (работа в 3 смены) для нормального ее функционирования потребуются администратор-кассир и 12 рабочих (9 мойщиков и 3 старших мойщика). При круглосуточном режиме возможны различные варианты сменности. По отзывам владельцев моек, приемлемым вариантом являются 12-часовые смены со схемой для работников: дневная смена – сутки отдыха – ночная смена.

Подсчитаем расходы на оплату труда по формуле:  $9 \cdot 25\,000 + 3 \cdot 32\,000 + 30\,000 = 351$  тысяч рублей в месяц.

Многие предприятия нанимают на работу на автомойку нелегальных иммигрантов - таким людям просто больше некуда деваться, а работа на мойке не требует от них наличия дипломов или сертификатов. В любом случае, какого рода персонал нанимать - решать предпринимателю. Безответственный или неаккуратный работник может легко принести фирме убытки: даже на ручной автомойке можно случайно повредить корпус автомобиля,

а если это машина стоимостью свыше \$100 тыс, такая царапина может дорого обойтись фирме.

Планируется нанимать на мойку ответственных рабочих с общим знанием конструкции автомобиля, имеющих опыт работы на автомойке или в автомастерской.

## Риски открытия автомойки.

К основным рискам относятся:

- рейды проверяющих служб, высокие требования со стороны СЭС. Риск нейтрализуется полным соблюдением законодательства и всевозможных норм.
- неудачное расположение автомойки. В среднем риск грозит потерями до 70% прибыли и является наиболее весомым
- высокая конкуренция. В масштабах района конкуренция слабо выражена.
- человеческий фактор – недостаточно квалифицированный персонал. Для того, чтобы снизить вероятность ошибок, персонал будет проходить обучение работы с оборудованием, химией и пр. в течение 2 месяцев после приема на работу, после чего будет приниматься окончательное решение судьбы сотрудника на предприятии.

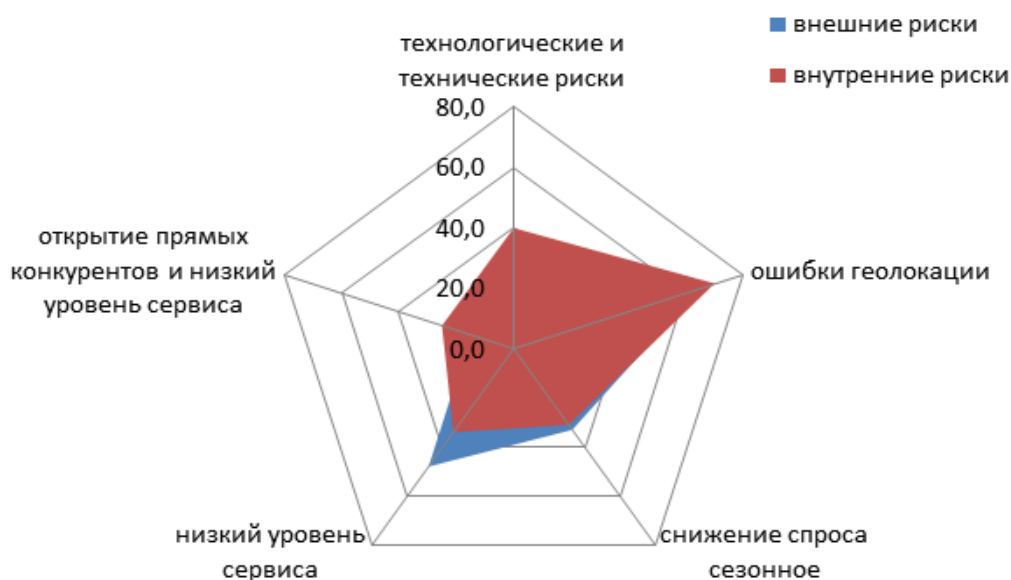


Рисунок 7 - Карта рисков

## **Вывод**

Итак, несмотря на многие трудности в организации процесса, бизнес по открытию автомойки можно отнести к малозатратному, быстрокупающемуся и высокодоходному. Однако успех его во многом зависит от выбора места расположения и успешности прохождения всех этапов согласования и получения разрешительных документов. Аренда мойки может существенно сократить временные и денежные затраты в рамках проекта.

В ходе реализации проекта планируется создать 13 постоянных рабочих мест, а также увеличить отчисления в бюджет и внебюджетные фонды.

Расчет показателей коммерческой эффективности подтверждает, что затраты, понесенные при открытии автомойки, окупятся уже на втором году ее эксплуатации.