

БИЗНЕС – ПЛАН

«Колор - Студия»

(Оказание услуг по подбору и продаже краски для авто)

Оглавление

1. Резюме.....	3
2. Исследование и анализ рынка.....	5
3. Описание услуги.....	5
4. Технологический процесс.....	6
5. Маркетинг план.....	8
6. Организационный план.....	9
7. Финансовый план.....	10
8. Анализ рисков.....	14

1. Резюме

Наименование предпринимательской деятельности – организация салона по подбору и продаже краски для авто.

Организационно-правовая форма – индивидуальный предприниматель.

Цель проекта: организовать бизнес по оказанию услуг по подбору краске для автомобилей, а также ее продажи.

Проект всегда был и будет очень востребованным в любое время.

Мой проект замечателен тем, что я уже нашел подходящее место под мой салон, удовлетворяющий потребностям этого вида бизнеса, а так же в том, что в радиусе 5 км. конкурентов нет.

Помещение находится в районе Новоиенейска в близи АТП по адресу: ул.Промышленная 74 общей площадью 20 кв.м.

Для организации данного проекта особенно важным фактором будет месторасположение, а так же качество выполняемой работы и обслуживания.

Бизнес в данной сфере востребован везде, так как количество автолюбителей с каждым годом только увеличивается. Главное для привлечения и удержания клиентов, необходимо – высокое качество услуг...

Помимо красок необходимо обязательно продавать расходники, это увеличит количество клиентов и прибыль в целом.

При подборе краски во внимание всегда должны приниматься следующие факторы:

1. Цвет автомобиля с течением времени подвергается старению.
2. После подбора краски из основных компонентов смесь требует тщательного перемешивания.
3. Большое значение в ускорении процесса цветоподбора имеют индивидуальные качества колориста (уровень цветовосприятия, навык работы с оборудованием, умение быстро и безошибочно принимать решения).
4. Для наиболее точного подбора краски, обязательным условием является тестирование. Тесты выполняются на все краски с обязательным использованием профессиональных окрасочных пистолетов до тех пор, пока не достигается идентичность краски с тестами мастера-маляра, который будет производить ремонт автомобиля.

Основные финансовые показатели

Показатель	Значение
Стоимость проекта, тыс. руб., в т.ч.	121 900
Субсидия центра занятости	76 440
Собственные средства	45 460
Удельный вес собственных средств в общей стоимости проекта, %	37,29
Прибыль в год, тыс. руб.	139540
Срок окупаемости, год	0,87
Коэффициент эффективности	1,14
Количество создаваемых рабочих мест, чел.	0

2. Исследование и анализ рынка

Сейчас автомобиль уже не предмет роскоши, как это было когда-то. Сейчас автомобиль является надежным средством передвижения, помогающим экономить дорожающее время. Однако рано или поздно возникает потребность изменить наружный вид авто (наиболее частым поводом к таким изменениям становятся разного рода повреждения поверхности автомобиля). Для этого существуют разносторонние доработки, так называемый тюнинг автомобиля. И здесь уже все зависит от фантазии и средств автовладельца. Покраска является одним из простых способов изменить внешний вид авто. Но для этого необходимо уметь качественно подобрать краску. Для этого и существуют такие салоны, которые имеют в наличии большой выбор красок, а так же грамотного колориста. Колорист - должен четко чувствовать любые оттенки цвета, уход зерна и угла затухания. Ну и соответственно нужен навык доработки рецепта под данный образец - что на что заменить, какой контроллер добавить, какие пигменты влияют на фейс-тон, какие - на флип-тон. Но, тем не менее, найти специалистов, которые могут качественно выполнить эту работу, иногда бывает проблематично. Легче всего подбираются металлики-двухслойки, немного труднее трехслойный перламутр, труднее всего белый, черный, красный в любом виде.

Существует формула краски. Но она достаточно относительная... Без образца выкраса, этой формулы смешивать трудно... При сливе краски по формуле (что еще надо сделать достаточно точно) обычно отдельно не много отличается, необходимо подколоровать. Зная влияние компонентов на цвет, можно добавить какие-то для изменения цвета.

В системе подбора, есть каталог реальных выкрасов, к практически всем основным оттенкам, с указанием модели, года выпуска и марки авто. Более 9 000 карточек. Что значительно облегчает работу.

Исследуя рынок в данной сфере, и исходя из оценок экспертов, можно сделать вывод, что основными клиентами будут мужчины и женщины в возрасте от 18 до 50 лет, имеющие в собственности автотранспортное средство и проживающие в г.Лесосибирске.

Средняя выручка в день по реализуемым мною услугам и продаже краски составляет 30000руб.

3. Описание услуги (товара, работ)

Подбор красок

При кузовном ремонте одной из самых важных и трудных стадий является подбор цвета (колера) эмали для окрашиваемой детали. Подбор краски – это процесс получения необходимого цветового оттенка эмали путем смешения основных цветов эмалей в определенной весовой пропорции.

Цветовая гамма эмалей, применяемых для окраски иностранных и отечественных автомобилей, очень широка и разнообразна. При окраске отдельных деталей кузова автомобиля возникает необходимость подбора колера эмали, максимально приближенного по яркости, цветовому тону, насыщенности к подбираемому цвету.

При покраске автомобиля целиком, обычно бывает достаточно изготовить краску на основании номерного кода цвета окрашиваемого автомобиля. Подбор автоэмалей производится с помощью компьютерной программы, портативного анализатора цвета, а также образцов краски по каждой

марке автомобилей. Для точного подбора необходим код краски автомобиля или какая-либо окрашенная в данный цвет деталь. Имея эти данные, колорист техцентра создаст краску непосредственно для любого автомобиля. Из приготовленной краски далее создается тест-напыл, позволяющий провести сравнительный анализ цвета.

Очень многие факторы влияют на результат работы, поэтому, наверное, главным качеством колориста должен быть опыт в подборе колера эмали, его цветовосприятие, поскольку каждый случай покраски автомобиля по-своему индивидуален. Кроме того, огромную роль имеют как сама технология подбора колера, так и технология нанесения этой самой эмали на уже подготовленный автомобиль.

Колорист - должен четко чувствовать любые оттенки цвета, чтобы правильно уметь смешивать краски.

Технолог, соответственно, должен уметь покрасить деталь тем, что дал ему колорист так, чтобы все было идеально ровно и равномерно. Т.е. надо знать, как правильно подготовить поверхность, как бросить переход по базе, как сделать переход по лаку, как располировать, чтобы не осталось видимых следов ремонта.

Кроме краски понадобятся еще и шпатля + грунты, желательно того же производителя, что и краска. Ну и лак, само собой.

Потребность у людей в данной услуге всегда была и всегда будет, поэтому данная услуга очень хорошо удовлетворяет потребности клиентов.

Основное оборудование для салона – это как правило, покрасочно-сушильная камера, участок подготовки к покраске, покрасочно-сушильная камера для деталей, инфракрасный излучатель для локальной сушки, комната приготовления красок с миксером, блок подготовки воздуха для покраски, краскораспылители, шлифовальный пневмоинструмент, мойка для краскораспылителей, подставка для деталей и т.д.

Использовать общую камеру для покраски отдельных элементов кузова слишком накладно, поэтому лучше воспользоваться специальной камерой для деталей.

Следует предусмотреть отдельное место, куда вы будете складировать снятые с машин детали.

4. Технологический процесс

Процесс подбора краски делится на несколько основных этапов:

Колорист по бирке на кузове автомобиля выясняет код краски.

Далее, применяя набор образцов цветов красок, выясняет – есть ли у этого цвета альтернатива, так как у цвета может быть несколько вариантов.

После того, как выбран наиболее подходящий оттенок, колорист вводит в компьютер код, альтернативу, и необходимое количество краски. В результате программа выдает рецепт для приготовления необходимого количества краски заданного цвета.

Далее колорист с помощью весов отмеряет каждый компонент согласно рецепту, и, в конце концов, получает краску для ремонтной покраски автомобиля.

В вышеописанном процессе компьютер играет роль банка данных, а основная, творческая работа по подбору, определению альтернативы достается колористу. Поэтому при выборе автосервиса необходимо ориентироваться на наличие в нем лаборатории и профессионального колориста.

Для приготовления красок нужно купить микс-систему либо обращаться в специализированные фирмы по подбору красок.

Смешивание и нанесение краски



В данной статье ознакомимся с процессом смешивания краски для однослойного и двухслойного окрашивания, опишем решающие факторы образования и рассмотрим основные условия получения наиболее качественного лакокрасочного покрытия, при нанесении краскопультом.

Отвердитель, разжижитель, температура, настройка краскопульта и его движение – это очень важные составляющие процесса окрашивания, непосредственно влияющие на качество нанесения краски.



Однослойное окрашивание

Получается путем смешивания отвердителя и разжижителя в нужных пропорциях. Температура окружающей среды является важным фактором при подмешивании. Оптимальная температура составляет от 18 до 25°C.

Двухслойное окрашивание

Состоит из одного компонента. Для получения необходимой вязкости, нужно добавить только разжижитель (в зависимости от температуры, применяют различные разжижители).

Прозрачный лак

Аналогично однослойному окрашиванию, необходимо добавление отвердителя и разжижителя. При двухслойном окрашивании, для нанесения покрывного слоя, могут использоваться различные прозрачные лаки.

Первоначально для работы в данной отрасли мне требуется следующий список оборудования:

Персональный компьютер = 20 000руб.

Компрессор (25л) = 7000руб.

Вытяжка = 15000руб.

Миксер = 15000руб.

Стол = 5000руб.

ЛДСП (для изготовления стеллажа) 3м.на 1,8м. – 2 листа = 3400руб.

Пластиковое окно с местом для вытяжки = 7000руб.

Специальные весы = 3000руб.

Расходные материалы (шпаклевка, грунтовка, лоск и т.д.) = 5000руб.

Краска на сумму = 30000руб.

Итого: 110 400руб.

5. Маркетинг план

Данная услуга пока не имеет прямых конкурентов в радиусе 5 км. занимающиеся подбором и продажей краски для автомобилей.

Характер спроса говорит о том, что в весеннее и осеннее время года спрос на данную услугу будет расти, с приближением лета и зимы спрос будет снижаться.

Ценовая политика моей организации будет строиться на первоначальном снижении цены на услуги салона по подбору краски для автомобилей. Снижение рыночной цены на 10% позволит мне привлечь внимание не только жителей близлежащих районов, а так же всего города в целом.

При выборе метода стимулирования сбыта услуг по подбору краски, а так же ее последующей реализации, на основе оценки экспертов в данной области других городов, я выбираю то, что действительно поможет мне привлечь и удержать потребителя.

Самым главным моментом в бизнесе по продаже услуг, является сервис и качество их исполнения.

Для данного вида бизнеса я буду использовать следующую рекламу.

1. Вывеска на боксе – 5000руб.

2. Визитки – 1500руб.

3. ТВ – 5000руб.

Итого: 11500руб.

Кроме этого необходимо объехать все СТО и магазины автозапчастей нашего города, которые не занимаются продажей краски и покраской автомобилей, и предложить им % от каждого клиента направленного ими ко мне. Это поможет мне сократить расходы на рекламную компанию, при этом очень быстро увеличить поток клиентов.

6. Организационный план

Организационная - правовая форма собственности: Индивидуальный предприниматель (единоличная собственность). Регистрация в качестве индивидуального предпринимателя будет произведена в 2010г.

На первоначальном этапе развития бизнеса, вся работа будет вестись без привлечения наемных работников.

7. Финансовый план

7.1. Расчет денежных поступлений

Таблица «Источники финансирования»

№ п/п	Наименование источника	Сумма, руб.
1.	Собственные средства	45460
2.	Субсидия на организацию предпринимательской деятельности	76440
	ИТОГО	121900

7.2. Расчет расходов

Таблица «Смета единовременных затрат»

№ п/п	Статьи затрат	Сумма, руб.
1.	Персональный компьютер	20000
2.	Компрессор	7000
3.	Вытяжка	15000
4.	Миксер	15000
5.	Стол	5000
6.	ЛДСП	3400
7.	Пластиковое окно	7000
8.	Специальные весы	3000
9.	Расходные материалы (шпаклевка, грунтовка, лоск, перчатки, лак, маски и т.д.)	5000
10.	Краска	30 000
11.	Вывеска	5000
12.	Визитки	1500
13.	Реклама на ТВ	5000
	ИТОГО:	121900

7.3. Расходы по субсидии на организацию предпринимательской деятельности

Таблица «Расходы по субсидии»

№ п/п	Наименование расходов	Количество, единиц	Цена за 1 единицу, рублей	Сумма, рублей
Субсидия на организацию предпринимательской деятельности				<i>Указывается запрашиваемая сумма субсидии</i>
1	Пластиковое окно	1	7000	7000
2	Компрессор	1	7000	7000
3	Персональный компьютер	1	20000	20000
4	Краска	-	-	27440
5.	Вытяжка	1	15000	15000
	Итого			76440

Таблица 9 – Текущие затраты при оказании услуг

Показатели	Сумма в месяц, руб.	Сумма в год, руб.
Аренда помещения	6000	72000
Расходы на покрасочные материалы	10000	120000
Затраты на расходные материалы (перчатки, маски)	1000	12000
Электроэнергия (1кВт – 1,80руб)	500	6000
Итого затраты	17500	210000

Затраты в месяц составляют 17500руб., при расширении спектра услуг, затраты будут увеличиваться наряду с ростом выручки.

Средняя выручка в месяц составит около 30000 руб.

Таблица 10 - План денежных поступлений и выплат

Показатели	Поступления и выплаты											
	в том числе по месяцам											
	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	январь	февраль
1. Выручка от реализации	15000	21000	30000	33000	34500	36000	37500	37500	37500	36000	36000	27000
2. Денежные выплаты:	135300	15760	19300	20480	21070	21660	22250	22250	22250	21660	21660	18120
Оборудование и инструменты	121900											
Аренда помещения	6 000	6 000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000
Расходы на покрасочные материалы	5 000	7 000	10 000	11 000	11 500	12 000	12 500	12 500	12 500	12 000	12 000	9 000
Затраты на расходные материалы (перчатки, маски)	1 000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Электроэнергия (1кВт – 1,80руб)	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
Налоги УСН	900	1260	1800	1980	2070	2160	2250	2250	2250	2160	2160	1620
3. Чистый поток (стр.1 – стр2)	-120 300	5 240	10 700	12 520	13 430	14 340	15 250	15 250	15 250	14 340	14 340	8 880
4. Финансирование	76 440											
5. Чистый поток с учетом финансирования (стр.3 + стр.4)	-43860	5240	10700	12520	13430	14340	15250	15250	15250	14340	14340	8880
6. То же нарастающим итогом	-43860	-38620	-27920	-15400	-1970	12370	27620	42870	58120	72460	86800	95680

Основные финансовые показатели проекта

Показатель	Значение
Стоимость проекта, тыс. руб., в т.ч.	121 900
Субсидия центра занятости	76 440
Собственные средства	45 460
Удельный вес собственных средств в общей стоимости проекта, %	37,29
Прибыль в год, тыс. руб.	139540
Срок окупаемости, год	0,87
Коэффициент эффективности	1,14
Количество создаваемых рабочих мест, чел.	0

8. Анализ рисков

Риск – событие, которое может случиться или не случиться. Проведя исследование фирм и частных лиц занимающихся грузоперевозками я выявил несколько наиболее значимых рисков.

1. Поломка оборудования зависит от правильного использования и от качества данного оборудования.
2. Спекулятивные риски – финансовые риски, связанные с покупательской способностью (инфляционные, валютные, дефляционные и др.).
3. Следующие риски – это риски которые не зависят от меня «чистые риски» - природоестественные (землетрясение, наводнение и т.п.), экологические, политические и т.п. данного оборудования, и низкой популярности среди потребителей.

Таблица 9 - Вероятность возникновения рисков

Вид риска	Вероятность возникновения
Поломка оборудования	25 %
Значительное повышение цен на материалы	15 %
Снижение спроса на услугу	10 %
Снижение покупательской способности	25 %
Появление новых конкурентов	15 %