Бизнес-план

По оказанию сантехнических услуг

1. Наименование участника проекта

|  |  |
| --- | --- |
| Фамилия, Имя, Отчество инициатора |  |
| Контактный телефон |  |
| Адрес электронной почты |  |

2. Краткое описание проекта

|  |  |
| --- | --- |
| Краткое описание бизнеса | Согласно концепции данного проекта, я планирую оказывать сантехнические услуги для населения города Ярцево и близ лежащих населенных пунктов. Так как оказание моих услуг происходит на территории заказчика, наличие офиса не требуется. В перечень оказываемых мной услуг будут входить следующие услуги: монтаж или замена систем отопления, монтаж или замена систем водоснабжения, замена или установка сантехнического фаянса, замена или установка радиаторов отопления, установка стиральной машины, установка водонагревателя, установка насосной станции, замена или установка смесителя, установка или замена приборов учета воды, установка и пусконаладка котла. Весь перечень оказываемых мной услуг является необходимым для широких слоев населения. Как правило представители моей целевой аудитории это люди в возрастной категории от 20 до 70 лет, обладающие стабильным средним уровнем достатка, имеют в собственности объекты недвижимости. Основным мотивом двужищим клиентами при обращении к моим услугам является их стремление проживать в комфортных условиях, без поломок сантехники в результате ее не верного монтажа. Прежде всего клиентами ценится при выборе подрядчика на оказание рассматриваемых услуг факт профессионализма и наличие гарантии на выполненные работы. И не мало важную роль играет стоимость услуг. Дополнительным мотивирующим фактором при принятии решения клиентом о сотрудничестве со мной может стать наличие положительных отзывов от пред идущих заказчиков. В моем случае стоимость оказания услуг будет ниже чему конкурентов на 5-10%, что в свою очередь позволит постепенно собрать собственную базу постоянных клиентов. Предпосылками к успеху ведения рассматриваемой деятельности станет наличие четырех летнего опыта по оказанию указанных выше услуг, а так же желание развиваться в данном направлении с целью улучшения личного благосостояния. |
| Текущий статус проекта | На сегодня данный проект находится на стадии идеи, и необходимости стартового капитала для начала плодотворной деятельности. |
| Каналы сбыта | В качестве основных каналов сбыта выступят следующие направления: реклама в социальных сетях - ведение страничек в инстаграм и в контакте, таргетированная реклама; распространение полиграфической продукции - визитки будут распространяться продавцами в магазинах торгующих сантехникой; реклама на досках объявлений в интернете (авито и юла). |
| Необходимый стартовый капитал, руб. | 350000 |
| Направления расходования | Приобретение основных средств на общую сумму 350000 рублей. |
| Срок реализации проекта (дата запуска) |  |

3. Краткое описание рынка, целевой аудитории, маркетинговой политики и стратегии продвижения проекта

|  |  |
| --- | --- |
| Краткое описание стратегии продвижения проекта | В качестве стратегии продвижения избрана на первичном этапе активно проводимая рекламная политика заключающаяся в задействовании таких каналов сбыта как: реклама в социальных сетях, распространение полиграфической продукции, реклама на досках объявлений в интернете (авито и юла).ежемесячный рекламный бюджет составит 1500 рублей. В качестве мер связанных со стимулирование спроса от потенциальных клиентов станут: стратегия сниженной стоимости, стоимость оказания услуг будет ниже чему конкурентов на 5-10%; публикации обратной связи от клиентов в виде положительных отзывов на страничках в социальных сетях. |
| Основные потребители продукта. Целевые сегменты рынка. | Как правило представители моей целевой аудитории это люди в возрастной категории от 20 до 70 лет, обладающие стабильным средним уровнем достатка, имеют в собственности объекты недвижимости. Их в свою очередь можно развить на два сегмента: 1. Только переехавшие в новое жилье - это люди как правило обустраивают свое жилье практически нуля, они являются наиболее привлекательной целевой аудиторией, ввиду того что им в основном необходимы сразу несколько услуг из моего перечня одновременно. 2. Люди постоянно проживающие в квартире или загородном доме - они привлекательны тем что как правило являются более склонными к постоянству это выражается не только в проживании в одном и том же жилье но так же и во многих других аспектах жизни, с ними всегда необходимо работать прежде всего на качество так как в этом случае они с высокой долей вероятности станут постоянными клиентами. |
| Основные конкуренты, наиболее близкие аналоги и их место на рынке | На сегодняшний день рынок по оказанию услуг связанных с проведением сантехнических работ можно считать довольно насыщенным. Согласно данным полученным в результате анализа предложений сайта авито на территории города публикуют предложения об оказании сантехнических услуг порядка 20 исполнителей. В основном они представлены как частные лица и не фокусируются только на оказании сантехнических услуг, в сферу оказываемых ими услуг входят: электрика, отделочные работы и комплексный ремонт объектов недвижимости.В целом на сегодняшний день исполнителей рассматриваемых услуг хватает. Однако для новых исполнителей всегда найдется место, в виду возможной конкуренции. Ниже рассмотрим основных конкурентов:---- |

4. Календарный план реализации проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Мероприятие | Дата реализации |
| 1 | Покупка оборудования |  |
| 2 | Проведение рекламных мероприятий |  |
| 3 | Начало работы |  |

Перечень первичных затрат за счет средств субсидии

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование | Кол-во, шт. | Итого |
| Перфоратор Makita hr5212c | 1 | 350 000,00 |
| Бур SDS max Makita ф32х1320мм | 1 |
| Бур SDS max Makita ф25х920мм | 1 |
| Бур Makita набор: sds max 22х520, 28х570 | 1 |
| Долото Makita | 1 |
| Зубило Makita | 1 |
| Перфоратор Makita hr2470 | 1 |
| Пресс-клещи Valtec с насадками 16-20-26-32 | 1 |
| Ключ Tulips газовый 1’ | 1 |
| Ключ Tulips газовый 1.1/2’ | 1 |
| Ключ Virax | 1 |
| Ножницы Heisskraft | 1 |
| Ручное опрессовочное устройство | 1 |
| Ключ разводной трубный | 1 |
| Аккумуляторная прочистная машина с тросиком 10,6 м M18 FDCPF, Milwaukee  | 1 |
| Ключ монтажный для секций | 1 |

5. Данные для расчета финансовой модели

|  |  |
| --- | --- |
| Показатель | Значение |
| Средний чек, руб. | 3500 |
| Количество продаж в месяц, шт. | 10 |
| Себестоимость среднего чека, руб. | 900 |
| Аренда и другие постоянные затраты, руб. | 1000 |
| Должности сотрудников | Не требуется |

6. Финансовая модель проекта

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяц |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| Суммарные вложения, руб. | 350000 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Инструменты, руб. | 350000 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Реклама на запуск, руб. | 0 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Иные вложения, руб. | 0 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Продажи |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Количество продаж, шт. |  | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| Средний чек, руб. |  | 3500 | 3500 | 3500 | 3500 | 3500 | 3500 | 3500 | 3500 | 3500 | 3500 | 3500 | 3500 |
| Выручка, руб. |  | 35000 | 35000 | 35000 | 35000 | 35000 | 35000 | 35000 | 35000 | 35000 | 35000 | 35000 | 35000 |
| Суммарные расходы, руб. |  | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 | 10000 |
| Переменные, руб. |  | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 | 9000 |
| Расходные материалы |  | 3000 | 3000 | 3000 | 3000 | 3000 | 3000 | 3000 | 3000 | 3000 | 3000 | 3000 | 3000 |
| Транспортные расходы, руб. |  | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 | 4500 |
| Реклама, руб. |  | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 |
| Маржинальный доход, руб. |  | 26000 | 26000 | 26000 | 26000 | 26000 | 26000 | 26000 | 26000 | 26000 | 26000 | 26000 | 26000 |
| Постоянные расходы, руб. |  | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 | 1000 |
| Связь |  | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| Интернет |  | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| Суммарные налоги, руб. |  | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 |
| Самозанятость (4%) |  | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 | 1400 |
| Прибыль, руб. |  | 23600 | 23600 | 23600 | 23600 | 23600 | 23600 | 23600 | 23600 | 23600 | 23600 | 23600 | 23600 |
| Рентабельность, % |  | 67,43 | 67,43 | 67,43 | 67,43 | 67,43 | 67,43 | 67,43 | 67,43 | 67,43 | 67,43 | 67,43 | 67,43 |
| Прибыль нарастающим итогом, руб. | 0 | 23600 | 47200 | 70800 | 94400 | 118000 | 141600 | 165200 | 188800 | 212400 | 236000 | 259600 | 283200 |

7. Оценка рисков

Производственные риски – этот риски связанные с возможной поломкой оборудования используемого при выполнении сантехнических услуг. Путем устранения данного риска может стать приобретение оборудования у проверенных продавцов с наличием гарантийных сроков от производителя.

Коммерческие риски – это риски связанные со снижением уровня доходов населения и как следствие снижению покупательской способности представителями целевой аудитории. Снизить данный риск возможно более обширными финансовыми вливаниями в проведение рекламной компании с целью увеличения объемов обращений от потенциальных клиентов. Так же нельзя не отметить факт того что необходимо вести постоянный мониторинг за отзывами от клиентов, ведь как известно положительная репутация любого бизнеса в глазах общественности помогает определиться с выбором поставщика услуг.

Финансовые риски – в моем случае в данной подгруппе рисков можно выделить следующий аспектт: увеличение стоимости оборудования необходимого для оказания рассматриваемых услуг. Методом локализации данного риска может стать заключение договоров с поставщиками оборудования с четко прописанными ценами на интересующие позиции. В случае наступления данного риска, его решение будет возможно за счет пропорционального увеличения стоимости оказываемых услуг для представителей целевой аудитории.

Риски, связанные с форс-мажорными обстоятельствами – к данной категории рисков можно отнести множество рисков в той или иной степени способных повлиять на осуществление плана. Основным из них, как показывают события последних двух лет может стать введение локдауна из-за пандемии Covid-19. Основываясь на опыте предпринимателей работающих в сферах наиболее пострадавших от введения данных санкций, путем решения в их случае стало создание резерва денежных средств позволяющих автономно существовать на дистанции от одного месяца и более.