- от качества рекламы

- от сервиса.

Дополнительный рынок услуг – уборочно-моечные работы.

Успех этих услуг зависит:

- в основном от успешной рекламы

- удобства обслуживания

- низких цен на эти услуги

- качество услуг.

***ПЛАН МАРКЕТИНГА.***

Одним из важнейших элементов плана маркетинга является ценообразование:   
Цена в нашей фирме зависит от:   
- сложности предоставляемой услуги.   
В первый год работы фирмы много средств уйдет на рекламу, чтобы привлечь потребителя услуг разного уровня, распространение рекламы осуществляется через: телевидение, рекламные шиты, вывески и буклеты.   
В последующие годы проводить различные акции, например:   
- постоянным клиентам дисконтные карты со скидкой   
- распространение брошюр, листовок со скидкой и т.д. и т.п.

- при высокой стоимости услуг - скидка  
Условием успеха план — маркетинга будет: 1) Мы даем ***100*** % качество предоставляемой услуги.   
2) Услугами клиенты могут воспользоваться в любое время суток.   
3) Окажем индивидуальный подход к каждому клиенту.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Конкурент 1  «Би-би» | Конкурент 2  «Auto-help» | Конкурент 3  «Мировые автошины» | «Интер-сервис» |
| Сильные стороны | - высокий контроль качества ремонта и обслуживания автомобиля  - постоянная работа по внедрению новых технологий и нового оборудования | - обладание больших штатом квалифицированного рабочего персонала;  - предоставление долгосрочной гарантии | - предоставление кредита на дорогостоящий ремонт;  - развитая система скидок на ремонт и обслуживание автомобилей | - 100% качество предоставляемых услуг;  - использование новейшего оборудования;  - развитая система скидок;  - удобное географическое месторасположение;  - индивидуальный подход к каждому клиенту |
| Слабые стороны | - высокая цена оказываемых услуг | - неудобное расположение СТО;  -отсутствие рекламы | - короткая продолжительность рабочего дня;  - использование старого оборудования;  - ограниченный спектр оказываемых услуг | - отсутствие и задержка нужных запасных частей |
| Мероприятия по устранению недостатков | - снижение цен на оказываемые услуги. | - проводить мероприятия по рекламе данного СТО (распространение брошюр, листовок со скидкой и т.д.). | - увеличение продолжительности рабочего дня;  - внедрение новых технологий;  - увеличение спектра оказываемых услуг. | - организация тесной связи непосредственно с производителями комплектующих, а также с посредниками. |

***ОРГА НИЗАЦИОННАЯ******СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ***В 000 «Интер-сервис» используется линейно — функциональная модель организации производства.   
• Планирование работ занимается функциональное подразделение, возглавляемое Вильданов Т.И.

• Финансовый отдел возглавляет гл. бухгалтер Ибрагимова Р.С.  
• Технический отдел, возглавляет главный инспектор охраны Хунафеев Д.Р.

В целом все подразделения подчиняются директору ООО «Интер-сервис»

Ибрагимовой Р.С.

Директор

Менеджер

(2 чел)

Бухгалтер

Кассир

Главный

инженер

Работники мойки

(4 чел)

Работники поста шиномонтажа

(4 чел)

Работники поста диагностики

(3 чел)

Работники поста покрасочных и кузовынх работ (5 чел)

***ПРАВАВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ***

**1)Дата создания и регистрации.**

12 ноября 2009 года было предложено учредить Общество с Ограниченной Ответственностью «Интер-сервис». 20 ноября 2009 года - зарегистрировано ООО «Интер-сервис»

**2)** **Где и кем зарегистрировано.**

Регистрационная палата РТ

**3)Учредительные документы.**

Устав, протокол учредительного собрания, свидетельство о государственной регистрации, свидетельство постановке на учет в налоговом органе юридического лица.

**4)Форма собственности.**

Частная.

***ОЦЕНКА РИСКА И СТРАХОВАНИЕ*1) Риск неплатежеспособности покупателей.**Вероятность этого риска оценить очень сложно, и это надосделать входе маркетинга. Страховку от этого риска может дать активный маркетинг, т.е. расширение круга возможных клиентов.   
**2) Усиление** **конкуренции.**Указать все «минусы» конкурентов и сделать их в «плюсы» своей фирмы, провести сравнительную рекламу.   
**З) Потери имущества предприятия.**  Застраховать все имущество фирмы от пожара, грабежа, стихийных бедствий. Риска неисполнения хозяйственных договоров.   
Заключать договора с разными фирмами после необходимой проверки этой фирмы. Устанавливать размер и порядок возмещения убытков при неисполнении.   
**4) Форс** - **мажорные обстоятельства.**От всего не застрахуешься.

3) перчатки х/б и резиновые (устойчивые к агрессивным средам)

4) респиратор-маска (пыле- и химзащитные)

5) маска для защиты глаз от стружки (для кузовщиков)

6) сварочная маска (для кузовщиков)

7) бируши и наушники (для кузовщиков)

Финансовый план ООО «Интер-сервис»

Прогнозируемый объем и доход реализации услуг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № поста | Наименование поста | Доход в день, р. | Доход в месяц, р. | Доход в год, р. |
| 1 | Мойка | 17000, 00 | 510000,00 | 6120000,00 |
| 2 | Шиномонтаж | 16 000,00 | 128000,00 | 1536000,00 |
| 3 | Диагностика и ремонт ходовой | 9 200,00 | 230 000,00 | 2760000,00 |
| 4 | Покрасочные и кузовные работы | 20 000,00 | 160 000,00 | 1920000,00 |
|  |  |  | Всего: | 12336000,00 |

Зарплата персонала.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Начисление зарплаты рабочему персоналу | | | |
| Должность | Число рабочих | Оклад  (тыс. руб.) | Годовой ФОТ  (тыс. руб.) |
| Директор | 1 | 40 | 480 |
| Бухгалтер | 1 | 25 | 300 |
| Менеджер | 2 | 20 | 240 |
| Кассир | 1 | 13 | 156 |
| Главный инженер | 1 | 26 | 312 |
| Работники поста шиномонтажа | 4 | 15 | 720 |
| Работники поста покрасочных и кузовных работ | 5 | 20 | 960 |
| Работники поста диагностики и ремонт ходовой части | 3 | 19 | 228 |
| Работники мойки | 4 | 10 | 480 |
|  |  | Всего: | 3 876 |

Прогнозируемые расходы.

|  |  |
| --- | --- |
| Прогнозируемые статьи расхода | |
| Наименование показателя | Сумма (тыс. руб.) |
| Расходы на оплату труда | 3 876 |
| Налоги и отчисления | 262 |
| Электроэнергия, коммунальные услуги | 200 |
| Реклама | 450 |
| Хозяйственные нужды | 300 |
| Аренда помещения | 1 450 |
| Всего | 6 538 |

Итого годовые расходы будут составлять примерно 6 538 000 руб.

Производственный план

Прогнозируемые расходы на оборудование

|  |  |
| --- | --- |
| Оборудование | Цена (руб) |
| 1.Пост дигностики и ремонт ходовой части | 900 000 |
| 2. Оборудования для поста: покрасочных и кузовных работ  - Стапель  - Большой захват для труднодоступных мест  - Рихтовочный зажим для кузовных работ  - Рихтовочный набор  - Измерительные системы  - Сварочный полуавтомат  - Аппарат для точечно-контактной сварки  - Аппарат плазменной сварки  - Домкрат подкатной  - Кран гаражный  - Окрасочно- сушильная камера  - Краскопульт грунтовый  - Краскопульт низкого давления с верхним бачком  - Шлифблоки с липучкой | 3 000 000 |
| 3. Оборудования для Мойки:  - Установка очистки сточных вод  - Моноблок к ФФУ-2М  - Мойка высокого давления без нагерва воды  - Мойка высокого давления с электорподогревом 380V - - --- Пылесос | 1 000 000 |
| 4. Шиномонтаж:  - Шиномонтажный станок  - Балансировочный станок  - Подъемник для шиномонтажных работ | 1 500 000 |

Таким образом, сумма первоначальных инвестиций для начала деятельности ООО «Интер-сервис» составляет 10 000 000 руб.

***ЗАКЛЮЧЕНИЕ***Стратегический анализ данного проекта показывает, что предполагаемое к инвестированию предприятие имеет неплохие перспективы развития при реализации следующих стратегий:   
- как можно более быстрый выход на рынок услуг   
- использование возможности применения цены на услуги более низкой, чем у конкурентов   
- постоянное отслеживание рыночной ситуации   
- применение усовершенствований в услугах   
- создание заинтересованности работников в успехе фирмы   
- гибкость, возможность расширения спектра услуг - высокое качество выполняемых услуг.   
Срок окупаемости определим по формуле:   
Со = первоначальные инвестиции / доход-расход

Со =10 000 000 / 12 336 000-12 938 000 =2года 5 мес.  
Придерживаясь выбранной стратегии по реализации услуг, мы можем достичь успеха, т.е. в течение 3 лет вернуть вложенные средства, а также создать предпосылки для развития, создания устойчивого имиджа фирмы.