

**БИЗНЕС-ПЛАН**

**ХИМЧИСТКА**

## 1. Анализ ситуации в отрасли

### 1.1 Текущая ситуация в отрасли и тенденции ее развития

Сегодня отрасль бытовых услуг является растущей. Объем бытовых услуг на душу населения растет из года в год. Все большее количество людей день ото дня прибегают к бытовым услугам. В современном темпе жизни, современному человеку просто не обойтись без этих услуг. Это касается и услуг химчистки.

По мнению участников рынка химчисток города с населением около 1 млн. чел., его объем составляет около \$800 тысяч в год, а сам он еще весьма далек от насыщения. Согласно прогнозам только через 2–3 года число таких заведений дойдет до принятого в бывшем СССР уровня — одна химчистка на 50 тыс. населения, тогда как в Европе данный показатель в пять раз выше (одна химчистка на 10 тыс. чел.). Поэтому появление новых компаний в этом сегменте вполне закономерно и экономически выгодно.

Объем услуг, оказываемых химчистками, постоянно увеличивается, что во многом можно объяснить внедрением новых технологий в процесс чистки одежды, а также высокой потребностью в них со стороны бытового и социального сектора.

Вместе с тем, несмотря на востребованность данного вида бытовых услуг, существует ряд факторов, сдерживающих более качественное его развитие, а именно: дорогое оборудование, длительный срок окупаемости бизнеса, дорогостоящие материалы и высокая аренда помещений, высокие цены на энергоносители и т.д.

## 1.2 Направление и задачи деятельности компании

В список услуг предлагаемых химчисткой включается химическая чистка и крашение одежды, изготовленной из различных материалов, изделий текстильной галантереи, перо-пуховых и ковровых изделий, детской мягкой игрушки, головных уборов, штор, портьер и спецодежды. Целью организации химчистки является получение прибыли за счет оказания услуг населению.

## 2. Описание проекта

*В этом разделе описывается основная идея проекта - это характеристика проекта, в которой раскрываются цели проекта и приводятся доказательства его выгоды. Здесь необходимо указать:*

- суть проекта, преимущества продукции (услуг) в сравнении с лучшими отечественными и зарубежными аналогами;*
- объем ожидаемого спроса на продукцию;*
- потребность в инвестициях;*
- срок возврата заемных средств.*

Основными услугами химчистки является стандартная качественная чистка всех видов одежды различных материалов. Для оказания данного вида услуг будет использоваться высокотехнологичное дорогостоящее оборудование. В производственном процессе будут использоваться специальные химикаты.

Услуги химчистки будут включать:

1. чистку текстильных изделий;
2. чистку меховых изделий;
3. чистку кожи, замши;
4. чистку изделий из дубленой кожи;
5. покраску.

Преимуществом предлагаемой химчистки будет выполнение заказов по строгой схеме:

- прием изделий;
- сортировку изделий и комплектацию партий;
- удаление специфических загрязнений (выведение пятен);
- зачистку изделий;
- обработку изделий в среде органических растворителей;
- пропитку изделий;
- влажно-тепловую обработку;
- проверку качества.

Чистка будет производиться по современной технологии, что обеспечит высокое качество услуг.

### 3. Исследование и анализ рынка

*В этом разделе бизнес-плана указывается следующая информация:*

*1. Общая характеристика потребности и объем производства продукции в регионе и России. Значимость данного производства для экономического и социального развития страны или региона.*

*2. Сырьевая база в отрасли настоящая и в перспективе.*

*3. Ожидаемая доля организации в производстве продукции в регионе или в России.*

#### 3.1 Потенциальные клиенты

Анализ потенциальных потребителей услуг химчистки показывает, что к целевой группе можно отнести жителей в возрасте 20 – 60 лет, чьи доходы составляют выше 10000 рублей на человека в месяц, с частотой посещения 1-2 раза в год. Потребителей этой категории выгодны тем, что в городе их больше всего.

#### 3.2 Емкость рынка и тенденции его развития

По мнению участников рынка химчисток, в городе-миллионнике его объем составляет около \$800 тысяч в год, а сам он еще весьма далек от насыщения. Согласно прогнозам только через 2–3 года число таких заведений дойдет до принятого в бывшем СССР уровня — одна химчистка на 50 тыс. населения, тогда как в Европе данный показатель в пять раз выше (одна химчистка на 10 тыс. чел.). Поэтому появление новых компаний в этом сегменте вполне закономерно и экономически выгодно.

Объем услуг, оказываемых химчистками, постоянно увеличивается, что во многом можно объяснить внедрением новых технологий в процесс чистки

одежды, а также высокой потребностью в них со стороны бытового и социального сектора.

Вместе с тем, несмотря на востребованность данного вида бытовых услуг, существует ряд факторов, сдерживающих более качественное его развитие, а именно: дорогое оборудование, длительный срок окупаемости бизнеса, дорогостоящие материалы и высокая аренда помещений, высокие цены на энергоносители и т.д.

## 4. План маркетинга

*Данный раздел может содержать: оценку спроса; описание организации сбыта; обоснование объема инвестиций, связанных с реализацией продукции; возможные действия конкурентов и основные элементы стратегии противодействия им; обоснование цены на продукцию/товары/услуги.*

### 4.1 Цены и ценовая политика

Таблица. Средние цены на основные услуги химчистки (рублей)

Виды обрабатываемых изделий	Цена	Цены конкурентов	
		1	2
Текстильные изделия	250	300	320
Изделия из натуральных мехов	900	1000	1000
Изделия из кожи, замши	850	600	900
Демисезонные пальто	300	450	365
Изделия из дубленой кожи	850	1000	1000
Крашение	1000	-	-

Стратегия внедрения новшеств предполагает расширенный сервис и гибкую систему скидок. Наша химчистка будет оказывать услуги по приемке и доставке вещей, требующих чистки, на дом, т.е. клиенту не требуется доставлять вещи в приемный пункт и забирать их из химчистки самому.

Кроме того, постоянные клиенты и клиенты, делающие заказ на большую сумму, получают определенные скидки на услуги.

Таким образом, преимущества нашей химчистки являются преимуществами высокого порядка, так как обеспечивают долговременное конкурентное преимущество.

### 4.2 Основной сегмент потребителей и позиционирование



В качестве основного сегмента потребителей, на который будет ориентироваться наша химчистка это люди от 20 до 60 лет, имеющие доход от 10000 до 20000 руб. в месяц и пользующиеся химчисткой 1-2 раза в год. Этот сегмент выбран потому, что самое большое количество потребителей в городе-миллионнике имеет средний уровень дохода, что предполагает высокий уровень потенциальных клиентов, которые будут приносить организации прибыль.

Одними из основных критериев при выборе химчистки для рассматриваемого сегмента является качество услуги, срок исполнения услуги, широта услуг, предоставляемая химчисткой и используемая при этом технология. На основе этих критериев проводится позиционирование.

Цель позиционирования: помочь покупателю выделить услуги химчистки из круга аналогичных услуг химчисток по какому-либо отличительному признаку. Позиционирование возможно на разной основе: на определенных преимуществах или характеристиках услуг, специфических потребностях потребителя, сопоставлении и сравнении с услугами, предоставляемыми услугами конкурентов, ориентации на определенную группу, категорию потребителей, полной идентификации характеристик предоставляемых услуг с запросами и пожеланиями потребителей.

### 4.3 Реклама

Для ускорения распространения информации о химчистке необходимо провести рекламную кампанию и разработать ее стратегию. Задача рекламной кампании будет состоять в том, чтобы оповестить потенциальных клиентов о том, что открылась новая химчистка, которая готова предоставить качественные услуги своим потенциальным клиентам. Для привлечения дополнительных клиентов желательно сразу осуществить ряд рекламных мероприятий (провести презентацию, дать рекламу в СМИ, предоставить значительные скидки первым 100 клиентам и т.д.). Для того чтобы рекламная кампания проходила более эффективно, необходимо проводить анкетирование клиентов, пришедших по рекламе. Для создания имиджа химчистки возникающие недостатки необходимо устранять на начальной стадии работы. Для продвижения будет использоваться сочетание "имиджевой" рекламы с рекламой самих услуг химчистки:

- представление новой химчистки жителям района и организациям-потребителям;
- подробное информирование клиентов относительно видов услуг и цен;
- работа с потенциальными клиентами по совершенствованию и расширению видов оказываемых услуг.

В качестве рекламных средств будут использованы: периодические местные печатные издания; телевидение; наружная реклама (указатели, стенды); использование для рекламы внутреннего пространства химчистки.

На начальном этапе до открытия химчистки (2 месяца) на рекламные цели (изготовление указателей, подача объявления в бегущую строку, оплата местных средств печати) будет израсходовано 15000 рублей. В дальнейшем необходимо выделять 1500 рублей в месяц на текущую рекламу.

## 5. Производственный план

### 5.1 Производственный процесс

*В производственном плане необходимо аргументировать выбор производственного процесса и охарактеризовать технико-экономические показатели согласно проектно-сметной документации.*

Перед началом деятельности по оказании услуг необходимо три месяца для ремонта производственного помещения, пуско-наладочных работ, регистрации в государственных органах.

Химическая чистка осуществляет следующие стадии технологического процесса:

- прием;
- сортировка изделий и комплектация партий;
- предварительную обработку (выведение пятен, зачистку);
- обработку изделий в среде органических растворителей;
- отделку;
- контроль качества.

Прием изделий в химическую чистку будет проводиться приемщиком непосредственно в помещении химчистки или посредством водителя-приемщика, который будет забирать вещи, требующие чистки, приезжая к самому клиенту. Прием должен осуществляться с квитанцией и особому договору. Это обусловлено тем, что большинство принимаемых в обработку изделий не имеют четких рекомендаций по уходу и обработке. Для доставки изделий в химчистку предусмотрен найм водителя с личным автомобилем типа "Газель".

При поступлении изделий в химчистку необходима сортировка и комплектование партий. При этом основными критериями подбора является цвет изделий, степень загрязнения, весовая категория.

При осуществлении предварительной обработки нужно учитывать тип изделия. Если это текстиль, то необходима подача пара и воздуха под давлением. Обработка мехового велюра и одежной кожи может производиться механическими и химическими методами. Механическая обработка проводится с помощью специальных ластиков, губок, щеток, а также шлифовальных полотен различной зернистости. Использование специальных химических средств является более эффективным, но необходимо учитывать чувствительность кожи к "химии". Выведение пятен на изделиях из натурального меха проводится, как правило, в исключительных случаях, предварительная обработка предполагает проведение тщательной зачистки наиболее загрязненных участков подкладов.

Сразу после зачистки изделия следует загружать в машину для проведения основной чистки, чтобы, с одной стороны, не допустить чрезмерных негативных воздействий химических средств на изделия ("срыва" красителя), а с другой стороны – возможности закрепления загрязнений и пятен в результате высыхания обработанных участков.

## 5.2 Помещение

Ежемесячный размер арендной платы будет составлять 15040 руб. Для того, чтобы помещение соответствовало всем требованиям, необходимо произвести ремонт. Стоимость ремонта по оценке строительной организации составит 170000 рублей. Планируется, что ремонтные работы, монтаж оборудования, пуско-наладочные работы будут проведены в течение двух месяцев. В проекте предусмотрено, что владельцем химчистки является частный предприниматель, который должен отвечать всем своим имуществом по обязательствам.

Организация занимает площадь 134 кв.м. Оборудование располагается в отдельном помещении.

### 5.3 Оборудование и источники поставки сырья, материалов и оборудования

Большое значение для получения необходимого качества чистки имеет выбор типа машины, в которой проводится обработка.

Исходными данными для выбора технологических параметров оборудования химчистки является особенности технологического процесса и объем оказываемых услуг.

Наиболее оптимальным выбором среди машин химчистки является машина замкнутого цикла на перхлорэтилене SERENA GREEN 380 N2 (фирма RENZACCI, Италия). Критерием выбора был необходимый объем загрузки (15 кг) невысокая потребляемая мощность и более низкая цена по сравнению с аналогичными машинами других фирм (таблица).

Таблица 4. Машины химчистки

Параметры	RENZACCI SERENA GREEN 380 N2	UNION L735E	Real Star M280
Цена, руб	672401	898784	903768
загрузка, кг	15-17	15	14-16
потребление энергии, кВт	16,2	17,5	18,1

В состав оборудования для химчистки входит стол для выведения пятен, необходимый при чистке текстильных изделий, гладильный стол с утюгом, компрессор для подачи воздуха. Общая стоимость основного и вспомогательного оборудования составляет 873554 руб.

Для приобретения данного оборудования в проекте предлагается взятие кредита в банке на три года под 17% годовых. Залогом будет выступать приобретенное оборудование.

Для работы химчистки необходим персонал в составе двух рабочих, красильщика, водителя-приемщика и приемщика. Один рабочий необходим

для работы с машиной химчистки, второй для чистки и глажения текстильных изделий.

Химическая чистка имеет ряд технологических особенностей, которые проявляются в специфике потребления энергии, воды и химикатов. Наибольший расход приходится на химикаты. На обработку каждого вида изделий требуется определенное количество "химии" (таблица).

Таблица 5. Прямые издержки

Прямые издержки	Затраты на единицу изделия, руб.
Текстильные изделия	47,94
Меховые изделия	208,74
Кожа и замша	341,42
Дубленая кожа	389,18
Крашение	212,21

Зарплата персонала химчистки повременная и сдельная (таблица). Найм работников будет производиться, начиная с периода производства.

Таблица 6. Затраты на персонал

Список должностей	Количество работников	Оклад, руб.	Период использования работников
приемщик	1	8000 в месяц	Период производства
1-й рабочий (чистка, глажение)	1	7000 в месяц	Период производства
2-ой рабочий	1	Сдельная, 14 руб. за изделие	Период производства
Красильщик	1	Сдельная, 14 руб. за изделие	Период производства
Водитель	1	12000 в месяц	Период производства

## 6. Финансовый план

*Выносятся финансовый прогноз, анализ инвестиционных рисков. Цель финансового плана - определить потенциал фирмы и установить границы ее финансовой жизнеспособности.*

Необходимо привести обоснованные расчеты.

Расчет документов "Отчет о прибылях и убытках", "Баланс", "Отчет о движении денежных средств" производится в соответствии с различными темпами инфляции: 2008-12%, 2009-10%, 2010-10%.

С помощью отчета о прибылях и убытках можно проследить динамику развития деятельности химчистки. Таблица, демонстрирующая формирование прибыли предприятия, показывает, что при обороте 252 933 рублей, валовая прибыль составит 132 786 рублей в месяц. Чистую прибыль компания начнет получать с 4-го месяца проекта, размер которой составит 5639 рублей в начале производства, в следующие месяцы она составит около 80 тыс. рублей. Отсутствие прибыли наблюдается в летние периоды. Это связано с сезонностью услуг химчистки.

Анализируя планируемые денежные потоки, полученные в результате расчетов, можно сделать следующие выводы:

- При исходных условиях на протяжении всего проекта создания химчистки имеется достаточно денежных средств для осуществления операционной (текущей) деятельности, а также погашения кредита и процентов по нему.
- Минимум имеющихся в распоряжении компании средств приходится на первые два месяца Проекта.