

МАГАЗИН АВТОЗАПЧАСТИН «AVTOLIFE»

*Петренко Н.П., Петренко Ю.О.,
учасники проекту «Норвегія-Україна.
Професійна адаптація. Інтеграція в державну
систему»*

*Арестенко Т.В., к.е.н., доцент кафедри
маркетингу*

Зміст проекту полягає в можливості налагодження прибуткового сімейного бізнесу з надання послуг у підборі запчастин та їх реалізації цільовому споживачеві.

В наслідок кризового стану економіки, в Україні істотно знизився попит на нові іномарки. З огляду на нестабільність економічної ситуації, люди вважають за краще не витратити одноразово великі суми грошей і замість покупки нового автомобіля починають ремонтувати свої старі машини. Особливо це стосується вітчизняних автомобілів та іномарок нижнього і середнього цінових сегментів. Таким чином, офіційна статистика показує, що – в 2020 році тільки 20% продажів припало на нові автомобілі, а 80% — на вживані екземпляри. загальна тенденція по падінню ринку продажів автомобілів не так сильно відбивається на ринку автозапчастин, і є всі передумови для збільшення попиту на автозапчастини.

Автомобільні запчастини - один з найскладніших і специфічних товарів на ринку e-commerce. Безліч марок авто і ще більша кількість запасних деталей і комплектуючих до них робить нішу дуже великою. Однією з важливих завдань при відкритті магазину автозапчастин буде виявлення досить надійних постачальників, які допоможуть задовольнити запити цільової аудиторії.

Сутність проекту полягає налагодженні бізнесу з продажу автозапчастин для легкових автомобілів, який буде торгувати тільки ходовими товарами, що забезпечує швидку оборотність складу. Магазин розміщується в орендованому приміщенні площею 25 м², з яких 8 м² - площа під склад, 5 м² – зона роботи працівників, 12 м² – зона очікування для клієнтів. Приміщення знаходиться у зручному місці:

- поруч розташовуються автомийки, СТО, а також гаражні кооперативи;
- відсутні в безпосередній близькості конкуренти;
- поряд є зручна парковка;
- виходить фасад будівлі на проїжджу частину.

Цілями проекту є:

- 1.Налагодження бізнесу з продажу автозапчастин.
- 2.Ефективне використання інвестиційних коштів для організації бізнесу з продажу автозапчастин.
- 3.Отримання високоякісних послуг в процесі реалізації товарів.
- 4.Своєчасне забезпечення місцевих автовласників необхідними запчастинами.



5.Отримання прибутку від результатів комерційної діяльності.

Цінність пропозиції:

Економічна – ціни на запчастини за ціною будуть нижче ринкової за рахунок обсягів закупівель у оптовика; товари будуть користуватися попитом та сприяти збільшенню доходу та поліпшення матеріального добробуту його учасників.

Соціальна – працевлаштування місцевих жителів та рішення їхніх соціальних питань..

Екологічна – бізнес з продажу автозапчастин оснований на принципі дотримання всіх необхідних екологічних норм, що зводить до мінімуму негативний вплив на навколишнє середовище.

Сегменти ринку:

- фізичні особи - місцеві власники вітчизняних автомобілів та іномарок, автовласники прилеглих районів;
- юридичні особи та комерційні структури,
- автосервиси,
- державні установи.

Канали збуту:

- власний магазин;
- Інтернет-магазин (торгівля on-line).

Взаємовідносини з клієнтами:

1. Персональний продаж.
2. Друкована реклама (в тому числі візитки).
3. Директ-маркетинг.
4. Таргетована реклама у соціальних мережах для чого створюються сторінки, які наповнюються різним контентом:
 - корисна інформація про догляд за автомобілем, про самостійний ремонт;
 - інформація про новинки ринку і новинах;
 - залучаючий контент - конкурси, опитування;
 - розважальний контент - жарти, забавні картинки;
 - рекламний.
5. Адресні електронні розсилки з пропозиціями, від яких неможливо відмовитися.

Крім того планується проведення наступних заходів:

- надання подарунків за великі покупки;
- зниження цін в перші дні після відкриття магазину;
- пропозиція супутніх послуг, що поліпшують сервіс, причому до них відноситься доставка товарів або можливість замовити унікальну деталь з доставкою в короткі терміни;
- роздача листівок у місцях високої прохідності.

Потоки доходів. Для розрахунку потоків доходів бралися середньорічні ціни в наступних товарних групах: деталі підвіски (опори, важелі ...), деталі підвіски (стійки ...), колодки гальмівні, ремені ГРМ, свічки запалювання, фільтри (повітряні, масляні, паливні ...), аксесуари, акумуляторні батареї, масла, щітки склоочисника, чохли сидінь для автомобіля, автогума та ін.

Щорічна виручка після виходу на планові обсяги продаж складе 370000 грн.

Ключові ресурси:

1. Фінансові ресурси - для реалізації проекту необхідно залучити інвестиції у розмірі 230000 грн. на покупку запчастин та оснащення магазину.
2. Матеріальні ресурси – запчастини для вітчизняних автомобілів та іноземних бюджетного класу.
3. Трудові ресурси – підприємець, 1 найманий робітник.
4. Природні ресурси – ділянка для розміщення магазину.
5. Інформаційні ресурси – з метою отримання достовірної інформації про своїх клієнтів, постачальників і дистриб'юторів підприємство буде використовувати бази даних та аналітику.
6. Підприємницькі здібності – підприємець повинен мати здібності до управління збутом та просуванням продукту на ринку запчастин, комерційні здібності.

Ключові дії:

1. Оформлення дозвільних документів
2. Визначення місця розміщення магазину
3. Закупка спеціалізованого устаткування
4. Наймання кваліфікованих працівників
5. Реалізація автозапчастин
6. Налагодження каналів збуту продукції

Партнери:



- Компанія «Автотехнік», що здійснює продаж запчастин за оптовими цінами.
- СТО.
- Компанія «Elit», великий чеський постачальник, що входить до складу американського холдингу LKQ та спеціалізується по поставках запчастин з азійських заводів і має представництва в Україні.
- СТО.
- Лідери думок в соціальних мережах.
- Інтернет-видання та друковані видання, які читає цільова аудиторія проекту.

Структура витрат:

Інвестиційні витрати за проектом - 230000 грн. Кошти планується покрити за допомогою банківського кредиту на термін 36 місяців під 20% річних.

Змінні витрати включають закупівельну вартість товарів, а також витрати на їх транспортування на склад магазину. Постійні витрати включають орендну плату, амортизацію та інші регулярні платежі.

Магазин буде реалізувати автомобільні товари високого попиту. Є товари оригінальні та неоригінальні, але зроблені ліцензованими виробниками і є повними аналогами оригінальних деталей. Оскільки навіть при відносно вузькій асортиментній лінійці, перелік складається з декількох сотень позицій, для зручності в розрахунках будуть використовуватися товарні групи: колодки гальмівні, деталі підвіски (опори, важелі), деталі підвіски (стійки), ремені ГРМ, свічки запалювання, фільтри (повітряні, масляні, паливні), аксесуари, акумуляторні батареї, щітки склоочисника. Собівартість товарів складе 170000 грн.

Показники ефективності проекту:

Проведені розрахунки з урахуванням фактору часу показали, що проект прибутковий:

- чиста сучасна вартість проекту $NPV=239745,4$ грн.,
- чистий дисконтований дохід $PV=469745,4$ грн.,
- дисконтований строк окупності $T_{ок}=1,3$ року;
- індекс прибутковості $IR= 1,1$.

Таким чином, даний автомобільний бізнес вигідний і перспективний і буде приносити своєму власнику достатньо високий і постійний дохід. З його розвитком можуть бути запропоновані додаткові послуги.

