## 1. Краткий инвестиционный меморандум

Бизнес-план предприятия по производству и продаже клининговой химии включает в себя кислотные и щелочные моющие средства, жидкое мыло, дезинфицирующие средства и др.

Преимущества продуктов:

* выгодные цены;
* оперативная доставка продукции;
* удобная тара;
* высокая маржинальность продукции.

Рынок профессионального клининга демонстрирует рост в пределах 30% ежегодно. Объём доли отечественных компаний на рынке оценивается в 200-220 млн. дол. США.

Среди основных потребителей клининговой продукции необходимо выделить клининговые компании (43%). Также потенциальными покупателями продукции являются промышленные и производственные предприятия, больницы, детские учреждения, компании обслуживающие железнодорожный транспорт, животноводческие комплексы, комбинаты общественного питания и строительные компании.

Маркетинг проекта подруземевает использование стратегии отличительного имиджа, которая подразумевает позиционирование продукта как наиболее современного и качественного продукта среди представленных на рынке аналогов.

Для распространения и продвижения товара будет использована реклама в печатных изданиях, интернет-ресурсах, а также средства наружной рекламы и т.д.

Штат сотрудников производства насчитывает от 5 человек, в их число входят:

* Директор,
* Начальник производства,
* Работник производства,
* Менеджер.

Сумма первоначальных инвестиций — 2 900 000

Точка безубыточности — 3 месяца

Срок окупаемости (мес) — на 18 месяц

Средняя ежемесячная прибыль — 210 000 рублей

## 2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Преимущества продукции:

* широкий ассортимент (в линейке будут кислотные и щелочные моющие средства, дезинфицирующие средства, жидкое мыло и др.)
* выгодные цены;
* оперативная доставка продукции;
* удобная тара;
* высокая маржинальность продукции.

## 3. Описание рынка сбыта

Профессиональный клининг — на сегодняшний день это целая индустрия, в которой эксперты в области чистоты разрабатывают современные высокоэффективные моющие составы, предлагают качественное оборудование и обеспечивают профессиональный сервис услуг.

**Потенциальные покупатели:**

* клининговые компании;
* промышленные и производственные предприятия;
* больницы;
* детские учреждения;
* компании обслуживающие железнодорожный транспорт;
* животноводческие комплексы;
* комбинаты общественного питания;
* строительные компании.

Самые крупные покупатели клиниговых средств — это клининговые компании.

Доля отечественного рынка клининговых компаний — 200-220 миллионов долларов. Ежегодные темпы роста по рынку составляют около 30%.

## 4. Продажи и маркетинг

Стратегия отличительного имиджа: предприниматель строит свои действия вокруг представления уникальности и отличительности продукции. Представляет качественную продукцию и много внимания уделяет контролю качества. Имеет ресурсы для быстрого расширения по мере роста рынка.

Продукт будет позиционироваться как наиболее современный качественный, представленный на рынке. Использование передовых технологий позволяет его производить с наименьшими затратами по сравнению с конкурентами, в связи с этим у компании есть возможности реализовывать его по ценам ниже среднерыночных.

Неотъемлемой частью по продвижению товара на рынок является бренд, который зарекомендовал себя на рынке. Поэтому в рекламе акцент делается на проверенных временем свойствах товара, его качестве по сравнению с конкурентами.

Средствами распространения рекламы служат печатные издания, интернет-ресурсы, наружная и др.

## 5. План производства

Для того, чтобы начать работу по организации бизнеса необходимо пройти первоочередные этапы, которые необходимы любому бизнесу.

Однако, если говорить о самостоятельном старте бизнеса по производству автохимии, автокосметики, клининговых средств и бытовой химии под собственным брендом предстоит пройти следующие этапы:

1. Зарегистрировать торговую марку и получить товарный знак;

2. Получить перечень разрешительной документации для производства и продажи;

3. Закупить необходимые сырьевые компоненты для производства, тару, этикетки для производства готовой продукции;

4. Выбрать и закупить основное оборудование, проделать монтажные и пуско-наладочные работы;

5. Закупить дополнительное оборудование необходимое для производства (весы, насосы, шланги и т.д.);

6. Выбрать и закупить лабораторное оборудование для контроля входящего и исходящего качества сырья и готовой продукции;

7. Установить систему водоподготовки и провести монтажные работы по ней;

8. Разработать химические рецептуры;

9. Обучить персонал схеме производства и продаж;

10. Собрать контактные данные поставщиков сырья, найти и арендовать склад;

11. Разработать технологические карты для производства, технический регламент и инструкции;

12. Подобрать, нанять и обучить команду торговых представителей;

13. Установить программное обеспечение для оптимизации работы производства;

14. Разработать визуальный стиль и дизайн-услуги;

15. Создать сайт;

16. Открыть бесплатную горячую линию техподдержки.

Также нужно подобрать помещение, которое отвечает следующим требованиям:

* площадь помещения должна быть не менее 50 кв.м.;
* наличие водопровода и канализации;
* проведенное электричество 380 Вольт;
* отопление;
* наличие окна и вытяжки.

Затем, необходимо подобрать и обучить сотрудников.

Следующий шаг — получение оборудования, тар, сырья на изготовление 5 тонн продукции.

Пуско-наладочные работы проведёт специалист компании.

После запуска производства, необходимо пополнить ресурсы: закупить сырье, тары, заказать этикетки.

## 6. Организационная структура

Для того, чтобы предприятие эффективно работало требуется штат сотрудников:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Постоянные расходы | Оклад | Количество сотрудников | Сумма | Средняя з/п в месяц на сотрудника |
| Директор | 30 000 | 1 | 30 000 | 58 750 |
| Начальник производства | 30 000 | 1 | 30 000 | 44 375 |
| Менеджер по продажам | 15 000 | 2 | 30 000 | 36 563 |
| Работник производства | 30 000 | 6 | 180 000 | 30 000 |
| Уборщик помещений | 15 000 | 2 | 30 000 | 15 000 |
| Страховые взносы |  |  | 81 000 |  |
| Итого ФОТ |  |  | 381 000 |  |

## 7. Финансовый план

|  |
| --- |
| **Инвестиции на открытие** |
| Регистрация, включая получение всех разрешений | 30 000 |
| Ремонт помещений | 300 000 |
| Разработка сайта | 80 000 |
| Рекламная кампания | 100 000 |
| Аренда на время ремонта | 300 000 |
| Закупка оборудования | 2 100 000 |
| Прочее | 15 000 |
| Итого | 2 925 000 |

|  |
| --- |
| **Ежемесячные затраты** |
| ФОТ (включая отчисления) | 467 250 |
| Аренда | 150 000 |
| Амортизация | 17 250 |
| Коммунальные услуги | 20 000 |
| Реклама | 30 000 |
| Бухгалтерия (удаленная) | 10 000 |
| Закупка сырья и расходников | 431 250 |
| Непредвиденные расходы | 15 000 |
| Итого | 1 140 750 |

План продаж на 24 месяца с учетом сезонности, прогноз эффективности инвестиций и расчет экономических показателей бизнеса представлен в финансовой модели.

## 8. Риски производства

Факторы риска

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Риски | Причины возникновения рисков | Механизм нейтрализации или сокращения рисков |
| Потеря платежеспособности | * Недостаточность собственных и заемных средств для погашения текущих обязательств
* Большая величина дебиторской задолженности
 | * Оптимизация величины заемного капитала
* Разработка календарного графика, реализации проекта, с применением консервативного подхода при определении сроков и ожидаемых результатов
 |

Вероятность наступления финансовых рисков оценивается как минимальная.

Таким образом открытие собственного производства — удачное вложение средств. Успех будет зависеть только от целеустремленности и желания продавать.