Бизнес-план ООО

Содержание работы:

Введение. 3

Глава 1. Бизнес-проект организации деятельности ООО «Сервис цент». 5

Анализ внешних и внутренних факторов. 11

Маркетинговая политика фирмы. 24

Финансовый план. 27

Миссия и цели предприятия. 32

Глава 2. Стратегический анализ развития предприятия «Сервис центр». 34

Глава 3. Страхование как способ предотвращения рисков и сопутствующая деятельность ООО «Сервис центр». 41

Способы страхования финансового и коммерческого риска предприятия. 41

Организация работы филиала ОАО «РОСНО» 43

Заключение. 47

Список используемой литературы: 50

Приложение 1. 53

Приложение 2. 60

# Введение.

«Автомобиль - не роскошь, а средство передвижения». Справедливость этой фразы в Камчатском регионе особенно очевидна. В условиях слабого развития транспортных магистралей и транспортных услуг вообще как в областном центре и на территории, прилегающей к нему, так и на дорогах, соединяющих Петропавловск с периферийными населенными пунктами, роль личного автомобильного транспорта возрастает значительно.

Особенность расположения региона по близости к восточному (японскому, корейскому) рынку автомобилей обеспечивает реальную возможность приобретения автомобилей различного класса самыми широкими слоями населения Камчатки.

Особенности уклада жизни в Камчатском регионе делают насущной необходимостью частые поездки за город, а также в пределах города, имеющего географически значительную протяженность основной транспортной магистрали.

Однако в процессе эксплуатации автомобиля часто возникают серьезные проблемы с местом его стационарной стоянки и хранения. Дело в том, что наличие у автовладельца гаража зачастую не позволяет решить проблему, т.к. из-за сильных снегопадов зимой гаражи становятся труднодоступными, и слишком трудоемко, а в некоторых случаях невозможно бывает ими воспользоваться. С другой стороны, хранить машину возле дома как небезопасно, так и нецелесообразно из соображений коррозионного износа кузова и ухудшения технического состояния ее агрегатов.

В этих условиях наиболее оптимальным вариантом решения проблемы является пользование платной автостоянкой или аренда гаража на территории, специально организованной и обслуживаемой, особенно в зимнее время.

Предлагаемая дипломная работа рассматривает план создания гаража-автостоянки с комплексом технического обслуживания автомобилей, расположенной в центре густо населенного «спального» района Петропавловска-Камчатского, где потребность в подобном предприятии особенно сильна.

Проект предполагает строительство 100 гаражей, строительство и оборудование здания комплекса технического обслуживания автомобилей, а также отведение части выделенной территории (общая площадь 1 га) под платную автостоянку на 150 автомобилей. Возврат инвестируемых средств планируется осуществить за счет продажи части гаражей, а также получения арендной платы за гаражи и места автостоянки и от услуг станции технического обслуживания автомобилей.

# Глава 1. Бизнес-проект организации деятельности ООО «Сервис цент».

Основные сведение об учредителе.

Место расположения сервис-центра - Орбитальный проезд (в районе ул. Звездной).

Организационно-правовая форма предприятия - акционерный капитал (ЗАО «КАСКО БУНКЕР»). Учредители - физические лица. Генеральный директор -Высочанский Анатолий Николаевич. Юридический адрес предприятия: 683000, ул. Радиосвязи, 65 корп. 2 тел. 13-45-60.

К настоящему моменту на средства учредителей разработана проектно-сметная документация, смета затрат на производство, получена разрешительная документация на строительство.

Дата начала реализации проекта - 1.01.2001г. Интервал планирования - 12 месяцев. Валюта проекта - дол. США. Необходимый объем финансирования проекта - 250 тыс.дол. Из них 80% составляют заемные средства кредитных организаций, а 20% - собственные средства учредителей.

Срок строительства объекта - 4 месяца от начала финансирования.

Срок окупаемости проекта - 1 год от начала поступления средств заемщика.

Учредители проекта считают, что создание гаража-стоянки с комплексом технического обслуживания автомобилей во многом улучшит ситуацию с обеспечением крупного жилого района местом стоянки, ремонта и сервисного обслуживания автомобилей.

ООО «Сервис центр» находится в начальной стадии корпоративной формы. Его главной целью является агрессивное развитие и быстрый выход на рынок автоуслуг в г. Елизово.

Концепция роста опирается на трех идеях:

1. Прогрессивной коммерческой идее.

2. Перспективно-продуктивной идее.

3. Производственной идее.

Разработчики надеются, что именно обоснование этих идей в бизнес-плане обеспечит ООО «Сервис центр» доверие инвесторов и привлечение необходимого капитала.

Резюме проекта.

Анализ рынка и маркетинговая стратегия.

Рынок автоуслуг в г. Петропавловске-Камчатском и г. Елизово развивался по следующим направлениям:

* разборка автомобилей на запчасти;
* поставка оригинальных запчастей;
* купля-продажа привозных и подержанных автомашин зарубежного производства, преимущественно фирм Японии, США: «Тойота», «Ниссан», «Лэнд Краузер» и др. (ООО «Нави-авто» совместно с российско-японским предприятием «Эльба», ООО «Слэш» и др.);
* специализация на кузовном ремонте, покраске, как наиболее доходном виде услуг (ООО «Согжой», автобаза «Мелиорациии техники» и др.);
* специализация на ремонте двигателей, замене прокладок, ремней сцепления, элементов и подвесок, коробок передач и т.д. Особенно в частном и мелком секторе (ООО «Автосервис 4 х 4» и т.д.);
* специализация на продаже масла и замене фильтров (ООО «Автолюкс»);
* установка и продажа автомобильной сигнализации, обеспечение безопасности автомобилей, радиофицирование (ООО «Самсон-электроника»);
* ремонт автостекол (ОАО «Двенадцать»);
* грузо- и пассажиро-перевозки, перегон и эвакуация автомобилей (ООО «Дилижанс», «Экспресс-такси», «Такси-пилот» и др.);
* в сети автошкол обучение и переподготовка автослесарей, водителей различных категорий (УПП «Автолюкс», «Динамо-Авто» и др.).

Резкое изменение налоговой политики правительства РФ (увеличение таможенных ставок и курса доллара) привело к тому, что ввоз запасных частей и различных марок автомобилей США, Японии резко сократился. Исключение составляют корейские автомобили, что объясняются специфическими особенностями развития Кореи.

Практически в г. Петропавловске-Камчатском до 70% населения, имеющего автомобили, не проходят официальный техосмотр, хотя администрацией Камчатской области предусмотрено, что техосмотр грузовых и легковых автомобилей проводится на базе автобусного и таксомоторного парка.

В г. Елизово отсутствует также диагностический центр.

Производственные мощности автобазы ОАО «КВС» г. Елизово, расположенной по адресу: ул. Уральская, 1, позволяет в случае переоборудования и оснащения новейшими стендами по диагностике (развал-схождение колес, регулировка оптики, проверки аккумуляторов, топливной аппаратуры и давления, контроля карбюраторов, стартеров и генераторов, обкатки двигателей и т.п.) создать уникальную ремонтную базу для потенциальных потребителей Елизовского и других районов Камчатской области.

Проблемой развития производства остается низкий уровень жизни населения и его низкая платежеспособность. Авторемонт, как сфера производства становится либо для потребителей - дорогим, либо для производителей - нерентабельным.

Перспективно-продуктивная идея.

В этих условиях ООО «Сервис центр» ориентируется:

* На создание комплексного автосервиса по принципу абонементного обслуживания, когда обеспечивается наибольший поток денежных средств;
* По принципу ориентации на потребность клиентов обеспечения его не только качественным и доступным по цене гарантийным ремонтом, но, и страхованием гражданской ответственности по программе «Помощь на дорогах» и другими сопутствующими услугами.

Главной перспективой в продуктивной идее является отказ от привязки к курсу доллара, что существенно снизит себестоимость ремонта.

Основная коммерческая идея

За счет абонементных платежей и оказания сопутствующих услуг охватить вместо одной группы потребителей (например, ассоциация грузо- и пассажироперевозок г. Елизово) - три группы: «профи» (от 25 до 50 лет), «любителей» (до 30 лет) и владельцев новой техники, что неизменно должно увеличить объем продаж услуг.

Первая группа профессионалов - обеспечивает текущий ремонт автомобилей.

Вторая группа благодаря увеличению спектра услуг пользуется максимальным комфортом при низких ценах (в условиях безработицы, низко оплачиваемой работе и максимальном удовлетворении потребностей).

Третья группа — обеспечивает расширение сети потребителей за счет владельцев новой техники отечественных производителей (полученной ими в результате финансового лизинга) или подержанных машин зарубежного производства (в результате оперативного лизинга или продаже по доверенности на срок).

Производственная идея.

1. ООО «Сервис центр» на базе гаража со стоянкой на 25 машино-мест в состоянии обеспечить текущий и плановый ремонт авто-мото-техники профессионалов в 2-х боксах с 4-мя ямами в агрегатном, моторном и других цехах, дополнительными автоуслугами - автомойкой, стоянкой на контрольной основе.

2. Учредитель ООО «Сервис центр» обновит оборудование и закупит диагностическое оборудование, окупаемость которого обеспечит на 25 % текущие абонементные платежи, на 35 % лизинговые платежи и страхование владельцев новых автомобилей отечественного производства, подержанных автомобилей зарубежных производителей, на 25 % - продажа запчастей из магазина-склада, расположенного на автобазе, 15 % - продажа подержанных машин.

3. По мере завоевания рынка и развития туризма ООО «Сервис центр» рассчитывает организовать:

* прокат автомобилей для туристов;
* обеспечить эвакуацию и транспортировку автомобилей;
* организовать куплю-продажу с заменой старого автомобиля на новый, более дорогой;
* необходимую поддержку ООО «Автолюкс» по поставке масла;
* вытеснить с рынка г. Елизова ООО «Согжой» и «Автолюкс», «поглотить» мелких частных предпринимателей.

4. Необходимые средства на переоборудование цехов и закупку диагностики будут мобилизованы за счет выпуска (эмиссии) акций или получены в виде кредита. Уставной капитал составляет 1.450 млн. рублей.

5. Низкая себестоимость услуг будет обеспечиваться не только квалифицированным персоналом и приобретением оборудования, но и сравнительно маленькой его численностью, так как каждый работник будет совмещать и обеспечивать несколько видов работ (например: капро-литчик, токарь и сварщик; диспетчер, кассир и секретарь по ведению деловой документации и др.)

## Анализ внешних и внутренних факторов.

Общая характеристика состояния дел в области автосервиса Камчатской области.

Сбалансированное и динамичное развитие регионального хозяйства, обеспечение удобных и комфортных условий жизни населения региона невозможно себе представить без создания и нормального функционирования сферы услуг.

К числу наиболее общих принципов развития сферы услуг в регионе можно отнести следующие:

1) Учет специфики рассматриваемой региональной структуры. Это прежде всего касается типа региона (республика, область и т.д.).

2) Учет социально-экономической специфики региона, перспектив его экономического и демографического потенциала, так как это в значительной мере определяет темпы роста непроизводственной сферы в регионе.

3) Исследование основных тенденций изменения спроса на рассматриваемый вид услуг и выявление главных факторов, оказывающих на него влияние.

4) Исследование имеющейся материально-производственной базы удовлетворения спроса на услуги и выявление возможностей ее расширения за счет инвестиций.

5) Поиск источников финансовых ресурсов для реализации намеченной стратегии развития; согласование цели и имеющихся наличных средств.

6) Анализ конкретных инвестиционных проектов по созданию, расширению и реконструкции объектов непроизводственной сферы.

Первоочередным моментом развития автосервисной сети региона является анализ его экономического состояния. Решение этих задач может способствовать повышению деловой активности в депрессивном регионе за счет оживления торгово-транспортных путей, увеличения объемов перевозимых грузов, роста численности действующего автопарка. Комплексное развитие автосервиса может явиться импульсом, который в дальнейшем станет началом пути для региона, выводящим его из депрессивного состояния.

Таким образом, развитие автосервиса должно быть органично увязано с общей комплексной программой развития региона в целом. Опыт разработки таких программ для депрессивных регионов свидетельствует о том, что центральным их направлением обычно является развитие малого предпринимательства и обеспечение трудоустройства населения.

Решение этих проблем в значительной степени может решаться путем создания сети относительно небольших автосервисных предприятий; при этом стратегия формирования автосервисного хозяйства должна быть составной частью подпрограмм развития малого бизнеса и занятости населения. Таким образом, развитие автосервиса может успешно выполнять важные социально-экономические функции, обеспечивая в регионе новые рабочие места и повышение занятости населения.

Перспективы развития автосервисного хозяйства региона основываются на научно-обоснованной оценке перспектив развития региональной транспортной сети, увязанных с общеэкономическими задачами развития всего региона в целом, а также наиболее крупных городов региона и анализ перспектив их развития. Для Камчатской области таким городом является, естественно, Петропавловск-Камчатский. Согласно данным комитета по статистике Камчатской области, одной из основных составляющих потребительского рынка является рынок платных потребительских услуг населению.

Структура общего объема платных услуг населению по видам представлена в таблице 1.

Таблица 1. Динамика структуры объема платных услуг населению за 1996-1999 гг., в % к предыдущему.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **1999****млрд.руб** | **1999 в%****к 1998** | **1998 в%****к 1997** | **1997 в%****к 1996** | **1996 в%****к 1995** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| Платные услуги. в. т.ч.: | 35450 | 97.8 | 97.6 | 75.5 | 86 |
| Бытовые | 166.2 | 134.1 | 96 | 60.0 | 68 |
| Транспорта | 407.8 | 99.7 | 95.8 | 65.9 | 106 |
| Связи | 155.3 | 82.4 | 91.6 | 133.3 | 85 |
| Жилищные | 76.9 | 75.5 | 100.6 | 85.2 | 119 |
| Коммунальные | 207.4 | 94.8 | 106.6 | 104.3 | 132 |
| Культура | 8.9 | 58.9 | 95.4 | 75.8 | 70 |
| Тур истин. | 21.4 | 91.7 | 87.2 | 135.6 | 25 |
| Физ.и спорт | 2.7 | 126.8 | 109.5 | В 28раз | 72 |
| Медицинские | 42.6 | 108.2 | 121.0 | 108.3 | 109 |
| Санит.-оздоровит. | 17.2 | 72.6 | 88.4 | 73.1 | 143 |
| Правовые | 49.4 | 52.7 | 150 | 33.6 | 67 |
| Образования | 112.0 | 126.4 | 102.0 | 158.7 | 89 |
| Прочие | 76.3 | 135.3 | 135.0 | - | 132 |

В общей структуре платных услуг населению за анализируемый период, и особенно в последний период достаточно интенсивно развиваются бытовые услуги, к числу которых относятся также и услуги автосервиса. В течение 4-х лет прослеживается тенденция увеличения их объема по сравнению с предшествующими периодами.

Анализируя приведенные выше данные, можно сделать вывод, что в структуре платных услуг населению наибольший удельный вес составляют услуги пассажирского транспорта - 41%, бытовые услуги - 20%, связи - 9%.

По каналам реализации объем платных услуг населению распределяется следующим образом (таблице 2).

Таблица 2. Динамика реализации платных услуг по каналам реализации за 1996-1999 гг. в сопоставимых ценах, в % к предшествующему году.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Показатели** | **1999в% к объему** | 1999в% к 1998 | **1998в% к объему** | **1998в% к 1997** | **1997в% к объему** | **1997в% к 1996** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** |
| Объем платных услуг всего.в т.ч.: | 100 | 99.5 | 100 | 98.2 | 100 | 75.5 |
| Предприятиями. из них: | 71.8 | 93.0 | 69.8 | 98.5 | 69.6 | 82.3 |
| Крупными. средними | 45.9 | 80.2 | 42.6 | 99.0 | 42.3 | 80.5 |
| Малыми | 12.1 | 99.7 | 11.8 | 84.1 | 13.8 | 83.9 |
| Физическими лицами | 28.2 | 103.3 | 30.2 | 97.5 | 30.4 | 35.2 |

Наибольший удельный вес в структуре платных услуг занимают услуги бытового характера.

Таким образом, анализ приведенных выше статистических данных показывает, что в последние годы в области наблюдается значительный рост и развитие бытовых услуг населению, в том числе и услуг по ремонту и обслуживанию автомобильной техники.

Общая характеристика технологии производства.

Проведение ремонта и технического обслуживания автомобилей в условиях современного автомобильного предприятия связано с выполнением широкого комплекса разнообразных работ. При этом наряду с основными работами, такими как разборка, мойка и очистка, дефектация и сортировка, восстановление и замена деталей и узлов, сборка, испытания и окраска, выполняются также и вспомогательные работы (транспортирование, складирование, технический контроль, обеспечение энергией и материалами, охрана и т.д).

Технологический процесс технического обслуживания автомобилей представляет собой совокупность выполняемых в рациональной последовательности технологических операций, набор которых определяется как техническим состоянием автомобиля, так и желанием и возможностями заказчика.

Как правило, первым этапом является мойка автомобиля, чистка его основных агрегатов и узлов и последующее диагностирование. Предполагается применение различных методов диагностирования - от чисто визуальных, применения специальных передвижных приборов и стендов, до компьютерной диагностики (в том числе геометрии подвески, двигателей, схода-развала).

Применение средств автоматизации предполагается также на этапе мойки - сервис-центр оснащен автоматической мойкой для легковых автомобилей марки CWP 6000 производительностью 8-12 автомобилей в час, укомплектованной большим количеством приспособлений, в том числе системой очистки и рециркуляции воды.

К основному подъемно-смотровому оборудованию и сооружениям относятся осмотровые канавы, эстакады и подъемники, а к вспомогательному - домкраты, гаражные опрокидыватели и т.п. На ремонтном участке оборудован специализированный пост для замены смазочного материала в агрегатах автомобилей и дозаправки его охлаждающей жидкостью и воздухом. В процессе замены используются ГСМ фирмы «Мобил», стоимость которых соответствует официальным прейскурантам этой фирмы для дилеров и авторизованных сервисных станций.

При замене агрегатов и сборке автомобилей для облегчения труда и повышения производительности применяют различные средства механизации сборочных работ. Сборка должна производиться на специальных стендах или приспособлениях, обеспечивающих устойчивое положение собираемого изделия или его сборочной единицы.

Для устранения механических повреждений деталей (трещин, отколов, пробоин и т.п.) планируется применение сварочных работ, а для нанесения покрытий на поверхности деталей с целью компенсации их износа - наплавку.

В состав комплекса услуг, оказываемых специалистами сервис-центра, предполагается включить также подготовку под покраску и окраску металлических поверхностей автомобилей с применением специального технологического оборудования для напыления лакокрасочных материалов.

Для организации эффективной системы учета, складирования, комплектования работ материалами и запасными деталями применяется метод составления диагностической карты и карты ремонта автомобиля, чем обеспечивается учет деталей и выполненных работ.

Оплата услуг сервиса применяется для удобства клиентов как наличная, так безналичная, при которой стоимость ремонта несколько ниже. Примерная стоимость нормо-часа на отечественные автомобили составляет 290 руб., на автомобили иностранного производства - 25 дол. Действует гибкая система скидок для частных и корпоративных клиентов.

Характеристика потребителей.

Основными потребителями предлагаемых услуг являются автовладельцы района Северо-Восток, внутри которого расположен наш сервисный центр. Население этого микрорайона составляет приблизительно 60 тыс.чел, то есть приблизительно 20 тыс.семей. Из расчета 40% обеспеченности семей личным автотранспортом имеем около 8 тыс. автомобилей в данном микрорайоне. Даже при условии 70% обеспеченности этого парка местами для стоянки, остается еще неудовлетворенная потребность порядка 2400 владельцев автомобилей.

Таким образом, количество потенциальных потребителей услуг платной автостоянки и платных гаражей является достаточным для успешного осуществления данного проекта.

Необходимо также учитывать, что спрос на гаражи постоянно растет в связи с увеличением парка автомашин в городе.

Можно рассчитывать также на то, что основная часть этих потребителей воспользуется услугами центра техцентра при условии, что цены на услуги не будут превышать цены конкурентов, поскольку расположение центра технической диагностики и ремонта прямо в непосредственной близости от места хранения автомобиля создает безусловные удобства для потребителей. Для привлечения этой части потребителей возможна система скидок на техобслуживание для автовладельцев, являющихся арендаторами гаражей или мест стоянки.

Кроме того, при условии хорошего оснащения центра оборудованием, деталями и высококвалифицированными кадрами, можно рассчитывать на то, что услугами центра технического обслуживания, а также пост-мойки будут пользоваться также и автомобилисты других макрорайонов города.

Поставщики.

Для организации работы сервис-центра необходима поставка различных составляющих:

а) технологического оборудования.

б) комплектующих для ремонта.

в) ГСМ, лакокрасочных материалов.

Поставщиком оборудования для нашей фирмы является компания «Hunter Engineering» которая является мировым лидером в области производства оборудования для автосервисов. Она производит выполненные с учетом последних достижений в науке и технике стенды для регулировки углов установки колес, балансировочные стенды, шиномонтажные стенды, подъемники и стенды для проверки тормозной системы. Оборудование фирмы Hunter одобрено и используется производителями транспортных средств, шин, и их официальными представителями по всему миру.

Кроме того, возможны контракты на поставку оборудования от московской фирмы «ЕВРОСИВ», в том числе двухстоечных подъемников «ROTARY SPOA35» и «ROTARY SPA30EM» и ножнечный подъемник «NUSSBAUM UNILIFT 3500A», а также покрасочно-сушительной камеры «BLOWTHERM WORLD 7000».

Поставка автозапчастей предполагается от московской фирмы «Шина плюс», которая занимается розничной и оптовой продажей автопокрышек, колесных дисков, аккумуляторов и автозапчастей. Отличительной особенностью поставщика являются большой выбор как отечественной, так и импортной продукции, доступные цены и профессиональное обслуживание. Кроме того, автозапчасти для автомобилей корейского производства предполагается закупать у московской фирмы «CANYON», специализированной на этом виде товара и предлагающей оптимальные цены закупки.

Конкуренты.

Рассматривая конкурентную среду фирмы, необходимо отметить, что в городе существует достаточно большое количество предприятий, реализующих сервисные услуги автовладельцам. При условии мобильности предмета услуг расположение этих предприятий не играет определяющей роли в выборе такого предприятия. Поэтому повысить конкурентное положение нашей фирмы может лишь высокое качество услуг, современное оборудование для диагностики и ремонта, доступные цены на услуги сервис-центра и за аренду гаражей и стоянки.

Для оценки конкурентноспособности проекта следует также отметить и то, что выполнение всего заявленного комплекса услуг и совмещение его с гаражами и автостоянкой не было реализовано в Петропавловске пока еще ни одним предприятием. В этом смысле сервис-центр предлагает новую комплексную услугу, что позволяет рассчитывать на успешное занятие этого сегмента рынка при условии грамотной маркетинговой, рекламной, сбытовой, управленческой политики фирмы.

Основными конкурентами создаваемого предприятия следует считать наиболее успешно действующие на рынке Камчатской области фирмы, оказывающие услуги автосервиса:

* Конкурент № 1 - АВТОСЕРВИС, СТО, ЧП.
* Конкурент № 2 - КАМЧАТРЕЗЕРВ, СТО,
* Конкурент № 3 - КАМСТА, ОАО,
* Конкурент № 4 - VACVOLINE, Автофирма.

Таблица 4. Сравнительная характеристика конкурентов.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Исследуемые показатели** | **Конкуренты** | **КАСКО-БУНКЕР** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** |
| Качество услуг | среднее | среднее | высокое | высокое | Высокое |
| Объем производимых ус луг в мес.. дол. | 15000 | 25000 | 18000 | 27000 | 37000 |
| Ассортимент услуг | средний | средний | низкий | средний | широкий |
| Срок гарантии на ремонт | нет | 6 мес. | 3 мес. | 6 мес.  | 6 мес. |
| Средняя стоимость 1 нч работ. руб. | 300 | 250 | 320 | 330 | 290 |
| Технологический уровень используемого оборудования | средний | низкий | низкий | средний | высокий |
| Скорость выполнения заказа | высокая | средняя | средняя | средняя | высокая |
| Наличие автомойки | нет | нет | нет | есть | есть |
| Удобство месторасположения | хорошее | среднее | хорошее | хорошее | хорошее |
| Комплексность услуг | низкая | средняя | средняя | низкая | высокая |
| Уровень культурыобслуживания | средний | средний | средний | высокий | высокий |
| Применение современных методов маркетинга и управления персоналом | Есть | Есть | Нет | Нет | Есть |

Выводы: в результате произведенного анализа конкурентов можно сделать вывод, что наибольшую сложность на текущий момент представляет конкуренция с фирмой «КАМЧАТРЕЗЕРВ», которая имеет наиболее прочное положение и перспективы развития.

Однако наша фирма вполне может составить ей конкуренцию на местном рынке вследствие более низкой цены товара, при условии постоянной грамотной маркетинговой политики, а также за счет более широкой сети консультационных услуг.

Кадры.

Планируемая численность персонала фирмы - 19 человек. Состав персонала, а также планируемые расходы на оплату труда отражены в таблице 5.

Таблица 5.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Квалификация** | **Должность** | **Кол-во** | **Оклад** | **Всего** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Управленческий персонал |
|  | Генеральный директор | 1 | 700 | 700 |
|  | Коммерческий директор | 1 | 500 | 500 |
|  | Главный механик | 1 | 400 | 400 |
|  | Главный бухгалтер | 1 | 500 | 500 |
| Производственный персонал |
| автомеханик | механик участка диагностики | 2 | 300 | 600 |
| автомеханик | механик участка вулканизации | 2 | 300 | 600 |
| автомеханик | слесарь ремонтного участка | 2 | 300 | 600 |
| техник | техник участкаокраски | 2 | 200 | 400 |
| техник | техник автомойки | 2 | 200 | 400 |
| техник | кладовщик | 1 | 200 | 200 |
| Обслуживающий персонал |
| - | сторож | 2 | 250 | 500 |
| - | уборщик территории | 2 | 150 | 300 |
| **ИТОГО** |  | **19** |  | **5500** |

Таким образом, ежемесячные издержки на оплату труда составляют 3400 дол.

Особое внимание предполагается уделить подбору персонала, который должна осуществляться по возможности из мужчин в возрасте до 35-40 лет с опытом работы в данной отрасли не менее 5 лет, имеющих образование не менее среднего специального, поскольку монтаж и освоение нового оборудования предполагается осуществить силами персонала фирмы. Важными являются также такие качества работников, как способность к обучению и творчеству, способность к психологической адаптации в коллективе, общительность, и т.д., поскольку кадровый фактор является достаточно веским в обеспечении конкурентоспособности фирмы.

## Маркетинговая политика фирмы.

Анализ услуги и стратегия ее позиционирования.

Предлагаемая услуга фирмы является комплексной и представляет собой набор услуг по техническому обслуживанию (диагностирование двигателей, агрегатный ремонт, окраска, установка электрооборудования, вулканизация и шиномонтаж, коррекция развала-схождения, замена масел), обслуживанию и охране территории и содержанию гаражей.

Комплексность предоставляемой услуги обеспечивает ее функциональную полноту для практически любого потребителя. Отличительным качеством данной услуги является также ее высокий технологический и качественный уровень, определяемый качеством оборудования и высокой квалификаций персонала.

Высокие потребительские свойства рассматриваемой услуги определяются также эффективной организацией производственного процесса, управления производством.

Сохранение и расширение содержания указанных функциональных свойств услуги позволяет сформировать ее устойчивый положительный имидж и обеспечить высококонкурентную позицию фирмы на рынке услуг автомобильного сервиса.

Этой же цели будет способствовать также применение гибкой системы скидок, а также гарантийных обязательств, применяемых по различным видам ремонта автомобилей.

Ценовая политика фирмы.

Под ценовой политикой понимаются общие цели, которые предприятие собирается достичь с помощью установления цен на свои услуги, что расценивается как один из наиболее существенных элементов маркетингового комплекса. Уровень цен должен быть минимально достаточным, чтобы обеспечить предприятию запланированную прибыль, конкурентоспособность всего комплекса услуг, достижение краткосрочных и долгосрочных целей, основной из которых является овладение основной долей рынка услуг автосервиса города.

Таким образом, предлагается активная ценовая политика, заключающаяся в стратегии ценового прорыва, т.е. применения уровня цен несколько ниже уровня цен конкурентов и получения большей массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка. При этом цена не обязательно должна быть низкой по абсолютной величине, - она должна быть относительно высокого качества предоставляемых услуг. При этом мы предполагаем, что уровень цен конкурентов не сможет быть значительно снижен, поскольку производственные мощности этих предприятий не позволят значительно увеличить объем предоставляемых услуг.

Стимулирование сбыта и рекламная деятельность.

Основным методом привлечения покупателей нашей услуги мы считаем (конечно, наряду с ее оптимальной ценой и качеством) грамотную организацию сервиса, что включает в себя:

* предоставление сервисных гарантий не менее 6 мес. со дня оказания услуги,
* предоставление возможности в случае необходимости доставки а/м к месту ремонта,
* применение гибкой системы скидок для потребителей, постоянно пользующихся услугами нашей фирмы,
* возможность предоставления услуг по прямым договорам с транспортными предприятиями,
* максимальное обеспечение необходимых потребителю сроков ремонта,
* систематическая оценка качества сервиса через анкетирование (возможно, «Книги отзывов» и другой формы «обратной связи» с потребителями услуг),
* обеспечение постоянного совершенствования средств и методов обслуживания потребителей,
* широкая рекламная деятельность.

Последний пункт предполагает распространение рекламных и нерекламных статей в местной прессе, освещающих уровень и качество производимых фирмой услуг и гарантий, изготовление 4-5-рекламных щитов, располагаемых вдоль основной транспортной магистрали, рекламные объявления в транспорте. Особое внимание при этом планируется уделить тщательно продуманному тексту обращения к потребителям, подходящему оформлению, привлекающему внимание и подчеркивающему деловые качества и преимущества нашей фирмы.

Немаловажное значение для привлечения внимания потребителей играют также личные контакты с потребителями. Возможно, эта мера окажется не менее эффективной, чем реклама.

Количество средств, затрачиваемых на продвижение услуги (рекламную деятельность) необходимо корректировать ежемесячно на основании сравнения количество потребителей, привлеченных каждым из вышеуказанных способов.

## Финансовый план.

Производственный план.

Исходя из количества устанавливаемого оборудования, рабочих мест, количества арендованных гаражей и платных стоянок, а также среднего уровня цен на услуги, определенного на основе анализа цен конкурентов, плановый производственный план и объем денежных поступлений определяется на следующем уровне (таблица 6).

Таблица 6.Доходы предприятия, дол. в мес.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Наименование** | **Цена** | **Количество** | **Сумма** |
| 1. | Реализация гаражей | 2000 | 4 | 8000 |
| 2. | Аренда гаражей | 20 | 52 | 1040 |
| 3. | Плата за место стоянки | 12 | 150 | 1800 |
| 4. | Услуги автомойки | 3 | 450 | 1350 |
| 5. | Уборка салона а/м ручная | 3.5.3.5 | 400 | 1400 |
| 6. | Диагностика двигателя | 20 | 40 | 800 |
| 7. | Регулировка сход-развала | 15 | 50 | 750 |
| 8. | Шиномонтаж. балансировка | 8 | 100 | 800 |
| 9. | Установка электрооборудования. сигнализации | 10 | 20 | 200 |
| 10. | Замена масел | 2 | 400 | 800 |
| 11. | Агрегатный ремонт. средн. знач. | 78 | 50 | 3920 |
|  | **ИТОГО** |  |  | **37000** |

Итого, суммарный доход фирмы за год планируется на уровне 37000 х 12 = 444000 дол.

Расчет издержек.

Таблица 7. Первоначальные расходы по подготовке производства, дол.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Наименование** | **Сумма** |
| 1. | Проектно-сметная документация | 20000 |
| 2. | Получение разрешительной документации на строительство | 2000 |
| 3. | Аренда земли | 1000 |
| 4. | Освоение площадки под строительство | 15000 |
| 5. | Руководство подготовкой производства | 10000 |
| 6. | Разработка и предоставление бизнес-плана | 2000 |
|  | **ИТОГО** | **50000** |

Таблица 8. Постоянные издержки, дол. в мес:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Наименование** | **Сумма** |
| 1. | Арендная плата | 200 |
| 2. | Погашение банковского кредита | 1200 |
| 3. | Оплата труда работников | 5500 |
| 4. | Отчисления из з/п | 2230 |
| 5. | Коммунальные платежи | 300 |
| 6. | Амортизационные отчисления | 1500 |
|  | **ИТОГО:** | **10630** |

Таблица 9. Переменные издержки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Наименование** | **Сумма** |
| 1. | ГСМ | 3000 |
| 2. | Расходные материалы | 1500 |
| 3. | Транспортные расходы | 300 |
| 4. | Информационные услуги сторонних организаций | 200 |
| 5. | Аренда техники у коммунальных служб | 200 |
| 6. | Непредвиденные расходы | 200 |
|  | **ИТОГО** | **5400** |

Расчет точки безубыточности фирмы.

Поскольку предприятие имеет несколько услуг, то доля постоянных издержек на каждый вид услуг определяется по их удельному весу в общем объеме доходов предприятия согласно данным таблицы 10.

Таблица 10. Определение точки безубыточности по различным видам услуг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Продукт** | **Обьем продаж в мес. Дол.** | **Цена дол.** | **Перем. Издерж. На ед. дор.** | **Доходы мес.** | **Пост. Издерж. В мес. Дол.** | **% продукта** | **Точка безубыточ** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** |
| автомойка | 450 | 3.э | 194.4 | 1350 | 382.7 | 3.6 | 149 |
| замена масла | 400 | 2 | 113.4 | 800 | 223.2 | 2Д | 130 |
| уборка салона | 400 | 3.5 | 199.0 | 1400 | 393.3 | 3.7 | 131 |
| агрег. ремонт | 78 | 50 | 572.4 | 3920 | 1126.7 | 10.6 | 27 |
| дигностика | 40 | 20 | 113.4 | 800 | 223.2 | 2.1 | 13 |
| регул. сх-раз | 50 | 15 | 108 | 750 | 212.6 | 2 | 17 |
| шиномонтаж | 100 | 8 | 113.4 | 800 | 223.2 | 2.1 | 33 |
| уст.электрооб. | 20 | 10 | 27 | 200 | 53.2 | 0.5 | 6 |

Расчет производится из учета общего объема производства в мес. в планируемом периодед.е. 37000 дол.

Точку безубыточности определяем по формуле:

Тб = С пост. : (Цена - С перем.)

Данные таблицы показывают, что точка безубыточности практически всех видов услуг значительно меньше их запланированного объема. Это означает, что имеется вполне реальная возможность для успешного и безубыточного функционирования предприятия.

Оценка прибыльности.

Оценку эффективности предлагается производить из расчета коэффициента чистой прибыли:

Чистая прибыль 20970
к = —————----————— = —————————— = 0.57

Выручка от реализации 37000

где чистая прибыль - прибыль, оставшаяся после выплаты налогов, но до выплат дивидендов по акциям.

Плановая рентабельность составит (20970 - 16030) /20970 = 23,5 %.

СВОТ-анализ деятельности предприятия.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Возможности1.Формирование устойчивого имиджа фирмы2.Постепенное снижение уровня цен3.Применение новых форм обслуживания | Угрозы1.Ограниченная емкость рынка2.Возможные депрессивные сдвиги в регионе3.Выход на рынок новых конкурентов |
| Сильные стороны:1.Высокое качество услуг2.Высокая квалификация персонала3.Комплексность услуги4.Сильная маркетинговая политика | СИВ1 и 22 и 22 и 3 | СИУ1 и 12 и 14 и 14 и 3 |
| Слабые стороны1.Наличие большого числа конкурентов 2.Большие издержки3.Необходимость завоевания уже занятого рынка | СЛВ1 и 11 и 21 и 32 и 33 и 13 и 23 и 3 | СЛУ1.Снижение цен на услуги2.Грамотная реклама и маркетинговая политика3.Введение новых видов услуг |

Примечание: цифрами в квадрате матрицы СИВ выделены те сочетания, которые являются предпочтительными в стратегии развития фирмы; в квадрате СИУ - стратегии, предполагающие возможное использование сильных сторон предприятия в случае реализации угроз; в квадрате СЛВ - стратегии, помогающие преодолеть слабые стороны за счет реализованных возможностей; в квадрате СЛУ - стратегии, позволяющие избавиться от слабости с учетом нависшей угрозы.

## Миссия и цели предприятия.

Миссией предлагаемого к инвестированию предприятия является создание в Камчатской области нового, высокотехнологического предприятия по сервисному обслуживанию автолюбителей, отличающегося недорогими ценами и отличным качеством предоставляемых услуг, что позволит вывести автомобильный сервис области на новый качественный уровень.

Целью предприятия является строительство, оборудование, организация производственного процесса технического обслуживания автомобилей, как можно более полнофункционального, совмещающего в себе возможности автосервиса с возможностями аренды площадей под стоянку автомобиля. Краткосрочными целями предприятия является завоевание достаточного сегмента рынка и формирование устойчивого имиджа фирмы.

# Глава 2. Стратегический анализ развития предприятия «Сервис центр».

Для выработки стратегии предприятия предлагается воспользоваться результатами анализа на основе метода Мак-Кинзи, АВЬ - жизненный цикл, и матрицей Бостонской группы «Рост-доля рынка».

По методу Мак-Кинзи необходимо оценить зависимость конкурентной позиции фирмы относительно привлекательности отрасли, в которой действует стратегическая единица бизнеса.

Таблица 11. Оценка привлекательности рынка. (Ось У)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Фактор** | **Вес фактора** | **Балльная оценка** | **Итоговая оценка** |
| 1. | Темпы роста рынка | 0.1 | 2 | 0.2 |
| 2. | Интенсивность конкуренции | 0.2 | 4 | 0.8 |
| 3. | Особенности конкуренции | 0.1 | 2 | 0.2 |
| 4. | Прибыльность отрасли | 0.2 | 3 | 0.6 |
| 5. | Развитие отрасли | 0.1 | 2 | 0.2 |
| 6. | Преданность потребителей | 0.3 | 4 | 1.2 |
|  | **ИТОГО** |  |  | **3.2** |

В приведенной таблице наибольший вес получили такие факторы, как интенсивность конкуренции и преданность потребителя, а прибыльность и перспективность отрасли. Оценка параметров проведена в зависимости от того, насколько заключенная в параметре характеристика отрасли несет в себе возможности достижения целей фирмы.

По горизонтальной оси необходимо оценить конкурентную позицию фирмы.

Таблица 12.Оценка сильных сторон деятельности предприятия. (Ось X)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Фактор** | **Вес фактора** | **Балльная оценка** | **Итоговая оценка** |
| 2. | Рост доли рынка | 0.1 | 2 | 0.2 |
| 5. | Квалификация персонала | 0.3 | 3 | 0.9 |
| 6. | Преданность потребителя продукции компании | 0.2 | 1 | 0.2 |
| 7. | Технологические преимущества | 0.2 | 3 | 0.6 |
| 8. | Маркетинговые преимущества | 0.1 | 3 | 0.3 |
| 9. | Гибкость компании | 0.1 | 2 | 0.2 |
|  | **ИТОГО:** |  |  | **2.4** |

Наибольшую оценку как сильная сторона деятельности предприятия получили квалификация персонала (0,9 балла), поскольку этот фактор очень важен для успеха всей деятельности компании. Грамотный менеджмент кадров - одно из направлений успешной деятельности фирмы.

Высокую оценку получил также фактор технологических преимуществ производства (0,6), так как этот фактор дает наибольшие преимущества в данной отрасли производства. Как было указано в технологической части проекта, для создания реализации услуг предполагается использование высокопроизводительного оборудования и постоянное внедрение новых технологий.

Важным фактором для оценки деятельности данного предприятия является также преданность потребителя, поскольку рынок услуги в большей части ограничен пределами области.

Эти факторы являются наиболее значимыми, так как определяют возможности расширения производства.

Составим матрицу Мак-Кинзи.

Вопросительный знак

Успех

Успех

Успех

Средний биэнес

Поражение

Поражение

Поражение

Доходный бизнес

5 4 2 1

Пересечение координат 2.4 и 3.2 показывает, что рассматриваемый комплекс услуг, который предлагает наше предприятие, стратегически оценивается достаточно успешно.

Однако при этом необходима грамотная маркетинговая политика, постоянное отслеживание деятельности конкурентов, широкая рекламная деятельность.

Для уточнения стратегической позиции фирмы предлагается также использование матрицы Бостонской консалтинговой группы.

Для ее составления рассмотрим позиции основных конкурентов фирмы, описанных в п.2.5. Это

Конкурент № 1 - АВТОСЕРВИС, СТО, ЧП.

Конкурент № 2 - КАМЧАТРЕЗЕРВ, СТО,

Конкурент № 3 - КАМСТА, ОАО,

Конкурент № 4 - VACVOLINE, Автофирма.

В таблице 13 сведены данные по объему реализации услуг конкурентов и их рыночной доли.

Таблица 13.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Объем продаж** | **Оценоч ная** | **К1** | **К2** | **КЗ** | **К4** | **% роста** |
| Дигностика двигателей | 800 | 650 | 400 | 700 | 350 | 18 |
| Шиномонтаж | 800 | 900 | 300 | 300 | 530 | 14 |
| Замена масла | 800 | 750 | 1100 | 550 | 500 | 15.5 |
| Агрегатный ремонт | 3920 | 740 | 2300 | 3500 | 4000 | 8 |
| Установка электрообор | 200 | 700 | 320 | 300 | 400 | 12 |
| ИТОГО | 6520 | 3740 | 4420 | 5350 | 5780 |  |

Определяется соотношение по каждому виду услуг оценочной относительного максимального, т.е.

700:800 =0.875

900:800=1.125

1100:800=1.375

4000:3920=1.02

700:200=3.5

Составим график зависимости темпов роста от относительной доли от объема продаж. Получим:

%роста

20

10

 Доля рынка

0.1 1 10

Таким образом, услугу компании при сложившейся рыночной ситуации можно отнести к типу «звезда», что означает, что продукт или услуга этой категории располагает высокой далей рынка, причем рынок является быстрорастущим.
Таким образом, перспективу дальнейшего развития нашей фирмой всего комплекса услуг можно считать положительной.

Что касается стратегии развития отдельных видов услуг данного комплекса, то большая часть из них при анализе попала в разряд «вопросительный знак», ближе, однако, к «звездам». Это означает, что реализовать предлагаемую миссию предприятия будет достаточно сложно, поэтому стратегическим направлением его развития является направленность на развитие всего комплекса услуг, грамотная маркетинговая политика, быстрое формирование имиджа фирмы, то есть предстоит серьезная конкурентная борьба за потребителя.

Стратегический анализ данного проекта показывает, что предлагаемое к инвестированию предприятие имеет перспективы развития при реализации следующей стратегии своего развития:

* как можно более быстрый выход на рынок услуг и его освоение,
* использование возможности применения цены на услуги более низкой, чем цены конкурентов,
* применение грамотной маркетинговой политики, постоянное отслеживание рыночной ситуации,
* применение высокотехнологичного оборудования, внедрение ноу-хау,
* применение труда высококвалифицированных работников, эффективная кадровая политика, создание заинтересованности работников в успехе предприятия,
* «настройка» производства на интересы потребителей, постоянная обратная связь,
* гибкость производства, возможность расширения спектра предлагаемых услуг

Придерживаясь выработанной стратегии, данное предприятие по реализации услуг автосервиса сможет достигнуть успеха, то есть в течение 1 года вернуть заемные средства, а также создать предпосылки для развития производства, создания устойчивого имиджа фирмы и занятия устойчивого сегмента рынка автотранспортных услуг области.

# Глава 3. Страхование как способ предотвращения рисков и сопутствующая деятельность ООО «Сервис центр».

## Способы страхования финансового и коммерческого риска предприятия.

В предлогаемом бизнес-плане расчет ценообразования на услуги произведен на основе анализа безубыточности и обеспечения прибыли (см. гл.1.)

При указанных ценах для обеспечения безубыточности, т.е. для покрытия валовых издержек поступлениями, ООО «Сервис центр» должна продовать определенный минимум товарных единиц. Однако, многое зависит от эластичности спроса по ценам чего график безубыточности не отражает. В целях страхования финансового риска необходимо расмотреть разные варианты цен, их влияние на обьем сбыта,необходимый для преодоленияуровня безубыточностии получения целевой прибыли, необходимой для погашения кредита, а также анализа вероятности достижения всего этого при каждой возможной цене товара. Кроме того, стратегия прочного внедрения на рынке (см. гл.2.) используется в надежде на превличение большого числа клиентов и завоеване большей доли рынка.

Устанавливая на услуги минимально возможные цены, ООО «Сервис центр» заваевывает большую долю рынка, сокращает издержки производства и по мере ихсокращения продолжает постепенно снижать цены.

Установлению нужной цены благоприятствуют следующие условия:

* рынок очень чувствителен к ценам, и низкая цена способствует его расширению;
* с ростом обьемов производства его издержки, а также издержки по по распределению услуг сократятся;
* низкая цена непревлекательна для конкурентов, существующих и потенциальных.

Обеспечить данную стратегию и страхование рисков неплатежей могут во-первых, снижение себистоимости услуг за счет привлечения специалистов широкого профиля и совмещенных профессий, а также в период часов «пик» наем дешевого обслуживающего персонала, например студентов на мойку машин.

Во-вторых предоставление больщего количества разнообразных сопутствующих услуг (мойка машин,техобслуживание плюс аренда и т.д.)

В-третих, использование ринципа «привязывания» клиентов за счет предоставления льготных необходимых услуг:

* гарантированный отпуск нормированного обьема топлива по сниженным ценам для постоянных клиентов). Данный вариант замечателен, если договор техобслуживания предполагает в качестве клиентов парк машин (до 100шт) – Ассоциации автоводителей пассажирских такси.
* осуществление страхования и оказывания услуги «помощь на дорогах» с гарантийным техобслуживанием.

При страховании ООО «Сервис центр» выступает как филиал ОАО «Росно», получая дополнительную прибыль от сотрудничества.

## Организация работы филиала ОАО «РОСНО»

В соответствии с Правилами Добровольного страхования транспортных средств по риску «Помощь на дорогах» – на случай возникновения отказов в работе отдельных агрегатов, систем, узлов, и устройств, препятствующих движению транспортного средства – страховое возмещение представляется в виде оказания услуг по предоставлению технической помощи или эвакуации ТС Выгодопреобретателя.

Основные задачи филиалов «РОСНО» по программе «Помощь на дорогах».

Для филиалов, где программа работает, основной задачей является развитие продаж полисов программы «Помощи на дорогах», совершенствование организации оказания услуг, а так же электронный учет Застрахованных, страховых событий и сопровождение обслуживания.

Для филиалов, где намерены развертывать программу «Помощь на дорогах», целесообразно выйти на договорные отношения со сторонней организацией, осуществляющей круглосуточную экстренную техническую помощь и эвакуацию в данном регионе, а так же имеющую диспетчерскую принимающую вызовы Застрахованных при наступлении страховых событий. Возможно создание на филиале собственной
диспетчерской службы, которая помимо приема, фиксации и сопровождения вызовов Застрахованных при наступлении страховых событий программы «Помощи на дорогах» и других страховых программ, является информационной службой филиала.

Проекты договоров со сторонними организациями техпомощи с протоколами согласования цен по обслуживанию необходимо передавать в Филиал «РОСНО-Автополиc» для экспертной оценки.

Взаимоотношения филиалов с внешними организациями.

Взаимоотношения с организациями, оказывающими техническую помощь, должны складываться на оплате по договору оказанных страховых услуг по факту их оказания Застрахованным.

Оплата производится филиалами на основании счетов, выставленных организациями, оказывающими техническую помощь, и документов отчетности - Статталонов, в которых приводятся данные о Застрахованном, его ТС, характере, месте, времени оказания услуг, а так же их стоимости. Данные документы пересылаются в ОАО «РОСНО» и, в копях, в Филиал «РОСНО-Автополис» для проведения взаиморасчетов.

Организационно взаимоотношения с организациями, оказывающими техническую помощь, в порядке обслуживания Застрахованных должны складываться на основании инструкций утвержденных как руководством филиала, так и руководством организации.

Взаимоотношения филиалов с ОАО «РОСНО»

Взаимоотношения филиалов с ОАО «РОСНО» строятся на основании «Положения о порядке принятия рисков и распределения финансовых средств по договорам страхования и перестрахования заключаемым филиалом ОАО «РОСНО».

Продажа полисов по программе «Помощь на дорогах»

Для осуществления продаж полисов «Помощь на дорогах» филиалам необходимо подать заявку в Департамент регионального развития с указанием потребности филиала в пакетах страховой документации по программе.

Пакет страховой документации по программе «Помощь на дорогах» включает в себя Полис страхования ТС, пластиковую полис-карту. с наименованием региона продавшего полис, буклет «Countdown».

При продаже программы через филиалы обязательно в 5-и дневный срок после продажи полиса отправить по факсу (095) 234 04 47 в Филиал «РОСНО-Автополис» его копию.

По программе «Помощь на дорогах» рекомендуются к продаже через филиалы полисы.

Категории «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ АЭ» 55 у. е., возмещающей затраты на:

* вызов бригады техпомощи или эвакуатора через круглосуточный диспетчерский пульт;
* однократную эвакуацию транспортного средства до места, указанного клиентом, в пределах границ обслуживания региона, где действует программа «Помощь на дорогах» в случае зарегистрированного ДТП;

Категории «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ ГР» отеч. 270 у.е. имп. 290 у.е.. возмещающей затраты на:

* вызов через круглосуточный диспетчерский пульт и приезд бригады техпомощи в течение 1 часа от момента принятия вызова;
* диагностику неисправности ТС в течение 15 мин;
* оказание технической помощи на дороге продолжительностью не более 1 часа;
* эвакуацию, транспортного средства до места, указанного клиентом в пределах границ обслуживания региона, где действует программа «Помощь на дорогах»;
* количество вызовов техпомощи и эвакуатора не ограничено;

Местные программы «Помощь на дорогах»

Филиалы могут самостоятельно создавать местные (региональные) программы «Помощь на дорогах» с учетом местных факторов (цен на обслуживание, пула потенциальных Застрахованных и т.д.) в таком случае они должны подготовить Приложение к Условиям страхования по программе «Помощь на дорогах» и провести его Экспертизу в отделе андерайтинга ОАО «РОСНО» и согласовать тарифы по программе в группе актуарных расчетов ОАО «РОСНО».

Сопутствующая деятельность по страхованию гражданской ответственностиводителя, безопасности пассажиров, автотранспартных средств от угона, ущерба позволит обеспечитьминимизацию и страхование коммерческого риска вложения денежных средств в ООО «Сервис центр».

Типовые документы по организации филиала смотри в приложениях.

# Заключение.

Развитие автосервиса органично увязано с общей комплексной программой развития региона в целом. Опыт разработки таких программ для депрессивных регионов свидетельствует о том, что центральным их направлением обычно является развитие малого предпринимательства и обеспечение трудоустройства населения.

Решение этих проблем в значительной степени может решаться путем создания сети относительно небольших автосервисных предприятий; при этом стратегия формирования автосервисного хозяйства должна быть составной частью подпрограмм развития малого бизнеса и занятости населения. Таким образом, развитие автосервиса может успешно выполнять важные социально-экономические функции, обеспечивая в регионе новые рабочие места и повышение занятости населения.

Кроме того создание гаража-стоянки с комплексом технического обслуживания автомобилей во многом улучшит ситуацию с обеспечением крупного жилого района местом стоянки, ремонта и сервисного обслуживания автомобилей.

Решение этих проблем в значительной степени может решаться путем создания сети относительно небольших автосервисных предприятий; при этом стратегия формирования автосервисного хозяйства должна быть составной частью подпрограмм развития малого бизнеса и занятости населения. Таким образом, развитие автосервиса может успешно выполнять важные социально-экономические функции, обеспечивая в регионе новые рабочие места и повышение занятости населения.

Перспективы развития автосервисного хозяйства региона основываются на научно-обоснованной оценке перспектив развития региональной транспортной сети, увязанных с общеэкономическими задачами развития всего региона в целом, а также наиболее крупных городов региона и анализ перспектив их развития.

Стратегический анализ данного проекта показывает, что предлагаемое к инвестированию предприятие имеет перспективы развития при реализации следующей стратегии своего развития:

* как можно более быстрый выход на рынок услуг и его освоение,
* использование возможности применения цены на услуги более низкой, чем цены конкурентов,
* применение грамотной маркетинговой политики, постоянное отслеживание рыночной ситуации,
* применение высокотехнологичного оборудования, внедрение ноу-хау,
* применение труда высококвалифицированных работников, эффективная кадровая политика, создание заинтересованности работников в успехе предприятия,
* «настройка» производства на интересы потребителей, постоянная обратная связь,
* гибкость производства, возможность расширения спектра предлагаемых услуг

Придерживаясь выработанной стратегии, данное предприятие по реализации услуг автосервиса сможет достигнуть успеха, то есть в течение 1 года вернуть заемные средства, а также создать предпосылки для развития производства, создания устойчивого имиджа фирмы и занятия устойчивого сегмента рынка автотранспортных услуг области.

Обеспечить данную стратегию и страхование рисков неплатежей могут во-первых, снижение себистоимости услуг за счет привлечения специалистов широкого профиля и совмещенных профессий, а также в период часов «пик» наем дешевого обслуживающего персонала, например студентов на мойку машин.

Во-вторых предоставление больщего количества разнообразных сопутствующих услуг (мойка машин,техобслуживание плюс аренда и т.д.)

В-третих, использование ринципа «привязывания» клиентов за счет предоставления льготных необходимых услуг.

Сопутствующая деятельность по страхованию гражданской ответственностиводителя, безопасности пассажиров, автотранспартных средств от угона, ущерба позволит обеспечитьминимизацию и страхование коммерческого риска вложения денежных средств в ООО «Сервис центр».

Перспективы развития автосервисного хозяйства региона основываются на научно-обоснованной оценке перспектив развития региональной транспортной сети, увязанных с общеэкономическими задачами развития всего региона в целом, а также наиболее крупных городов региона и анализ перспектив их развития.

# Список используемой литературы:

**1. Законодательные, нормативные, распорядительные акты, документальные источники.**

1.1. Гражданский кодекс РФ

1.2. Закон РФ «Об акционерных обществах»

**2. Монографии, статьи.**

2.3. Акофф рассел. Планирование будущего корпорации – М. Экономика 1992

2.4. Алексеев М.Ю. Экономика предприятия – М. МГУ 1997

2.5. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. Учебно-методическое пособие. М.: Финансы и статистика, 1997.

2.6. Алексеева М.М. Планирование деятельности фирмы. Учебно-методическое пособие. М. Финансы и статистика 1997

2.7. Ансофф И.Н. Стратегическое управление - М. Экономика 1989

2.8. Ансофф И.П. Стратегическое управление - М. Экономика 1989

2.9. Берл Густав и др. Мгновенный бизнес-план. Двенадцать быстрых шагов к успеху пер. с англ. - М. ДелоЛТД 1995

2.10. Берл Густав Мгновенный бизнес-план. Двенадцать быстрых шагов к успеху пер. с англ. - М. Дело ЛТД 1995

2.11. Бизнес-план. Методические материалы под ред. проф. Маниловского Р.Г. - М. Финансы и статистика 1995

2.12. Бизнес-план. Методические материалы под ред. проф. Р.Г. Маниловского - М. Финансы и статистика 1995

2.13. Бирман Г. Экономический анализ инвестиционных проектов пер. с англ. под ред. Белых Л.П. - М. ЮНИТИ 1997

2.14. Буров А.К. Морошкин Н.Г. Бизнес-план методика составления – М. ОНИКС 1998

2.15. Виханский О.С. Стратегическое управление - М. ГАРДАРИКИ 1999

2.16. Волков И.М. Грачева М.В. Проектный анализ - М. ЮНИТИ 1997

2.17. Воропаев В.И. Управление проектами в России - М. Алане 1995

2.18. Бизнес-план (методические материалы) - М. Финансы и статистика 1995

2.19. Голубков Е.П. Основы маркетинга - М. Финпресс 1999

2.20. Горемыкин В.А. Бугулов Э.Р. Богомолов А.Ю. Планирование на предприятии - М. ФИЛИНЪ 1999

2.21. Грибачев Н.П., Игнатьева И.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению - СПб. Белл 1994

2.22. Дихтль Е. Хершген X. Практический маркетинг - М. Высшая школа 1996

2.23. Ефремов В.С. Внутрифирменное планирование - М. Аякс 1996

2.24. Как добиться успеха. Практические советы деловым людям под ред. Хруцкого В.Е. - М. Республика 1992

2.25. Кинг У. Климанд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика – М. Знание 1991

2.26. Ковалев А.И. Войленко В.В. Маркетинговый анализ –М. Центр экономики и маркетинга 2000

2.27. Мамедов О.Ю. Современная экономика - Ростов-на-Дону Феникс 1996

2.28. Маркова В.Д. Кравченко Н.А. Бизнес-планирование: Практическое пособие – Нсб. 1994

2.29. Нагапетьянц Н.А. Прикладной маркетинг - М. ЮНИТИ 2000

2.30. Пелих А.С. Бизнес-план или как организовать собственный бизнес - М. Ось-89 2000

2.31. Прокопенко В.В. Бизнес-план для вашей фирмы - М. Фора 1997

2.32. Синяговский И.Г. Справочник предпринимателя и бизнесмена - М. Гонг 1996

2.33. Хорнби У. Гэмми Б. Уолл С. Экономика для менеджеров-М. ЮНИТИ 1999

**3. Зарубежные издания на иносьранных языках.**

**4. Периодические издаия.**

4.34. Проблемы теории и практики управления 2000.

4.35. Экономист 2000.

4.36. Экономические стратегии 2000.

# Приложение 1.

ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. По настоящему Договору Организация обязуется оказывать клиентам (далее Клиентам), застраховавшим свои автотранспортные средства (далее ТС) в Российском Страховом Народном Обществе (далее РОСНО) в рамках программ «Помощь на дорогах» и « ВОЛВО- Помощь на дорогах» услуги, связанные с осуществлением диагностики, мелкого ремонта и эвакуации ТС, а ФИЛИАЛ обязуется оплачивать оказанные услуги.

ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

2.1. Организация по настоящему Договору принимает на себя следующие обязательства:

2.1.1. Осуществлять круглосуточную экстренную техническую помощь (диагностику, ремонт и эвакуацию неисправного транспортного средства на дороге) Клиентам после приема вызова от Клиента в объеме, соответствующем категории Страхового полиса на основании прейскуранта цен на следующих условиях:

2.1.1.1. Время доезда до места вызова не более 60 мин. (в пределах административной границы города).

2.1.1.2. Диагностика неисправности ТС в течение 15 мин.

2.1.1.3. Мелкий ремонт на дороге продолжительностью до 60 мин.

2.1.1.4. Эвакуацию неисправного транспортного средства до места указанного клиентом в пределах в пределах административной границы города.

2.1.2. Передавать в Филиал (ежемесячно, но не позднее 10 числа следующего месяца) информацию о :

2.1.2.1. № статистического талона;

2.1.2.2. № и категории полиса;

2.1.2.3. Дате вызова;

2.1.2.4. Результатах диагностики неисправности ТС;

2.1.2.5. Причинах эвакуации ТС;

2.1.2.4. Причинах , не позволяющих осуществить доезд до места вызова в указанные в пункте 2.1.1.1. сроки, а также причинах отказов в обслуживании.

2.1.3. Оказывать Клиентам по их желанию и за их счет дополнительные технические услуги из числа осуществляемых данной Организацией, но не предусмотренных категорией страхового полиса по тарифам Организации.

2.1.4. Направлять в РОСНО лиц, желающих заключить договор добровольного страхования ТС , включающий программу «Помощь на дорогах».

2.1.5. Предоставлять экспертной службе Филиала информацию и документацию по реализации настоящего Договора, касающуюся обслуживания Клиентов.

2.2. Филиал по настоящему Договору принимает на себя следующие обязательства:

2.2.1. Провести маркетинг и организовать продажу Страховых полисов добровольного страхования транспортных средств, включающих программу «Помощь на дорогах».

2.2.2. Оплачивать деятельность Организации по настоящему Договору в порядке и размере, предусмотренном настоящим Договором.

2.2.3. Организовать работу экспертной группы из числа специалистов Филиала для контроля за деятельностью Организации по оказанию технической помощи Клиентам в рамках настоящего Договора.

2.3. Стороны обязуются соблюдать конфиденциальность в отношении информации, полученной в ходе реализации настоящего Договора.

3. ПОРЯДОК ПРИЕМКИ И СДАЧИ РАБОТ

3.1.Организация обслуживает застрахованных Клиентов на основании их обращений в Организацию и предъявления на месте действующей пластиковой полис-карты программ «Помощь на дорогах» и « ВОЛВО- Помощь на дорогах».

3.2. Представитель Организации по окончанию работ заполняет Статистический талон установленного образца.

3.3 Клиент обязан его подписать, подтверждая этим временной интервал, затраченный на доезд, объем выполненных работ, используемые запасные части и расходные материалы, время прибытия эвакуатора, конечный пункт эвакуации.

3.4. Статистический талон оформляется в 3-х экземплярах: 1-й вручается Клиенту, 2-й остается в Организации, 3-й передается в Филиал.

3.5. Статистический талон является юридическим и финансовым документом , на основании которого осуществляются взаиморасчеты между Сторонами.

4. ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ. РАЗМЕРЫ И СРОКИ ПЛАТЕЖЕЙ

4.1. Филиал в соответствии с категорией Страхового полиса и оказываемыми услугами оплачивает:

4.1.1. Приезд бригады технической помощи.

4.1.2. Проведение диагностики неисправности ТС Клиента.

4.1.3. Мелкий ремонт на дороге продолжительностью не более 1 (одного) часа.

4.1.4. Работу эвакуатора в пределах \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

4.2. Оплата за технические услуги, предоставленные Клиентам в рамках настоящего Договора, производится Филиалом после предоставления Организацией счета в сопровождении Статистических талонов установленного образа ежемесячно не позднее 10 числа последующего месяца в соответствии с прейскурантом.

4.2.1. Оплата производится по безналичному расчету с учетом НДС.

4.3. Если после проведения диагностики бригада технической помощи приступила к ремонту ТС Клиента, а затем вызвала эвакуатор, Компания оплачивает (в соответствии с категорией полиса) только приезд и работу эвакуатора.

4.4. При отсутствия ТС или Клиента на месте вызова, представитель Организации обязан уточнить местонахождение Клиента.

4.5. В случае направления Организацией в РОСНО лиц, желающих приобрести Страховой полис РОСНО, Филиал оплачивает Организации данную услугу в размере 5 % стоимости приобретенного этим лицом страхового полиса РОСНО.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

5.1. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, предусмотренных настоящим договором, виновная Сторона возмещает другой Стороне понесенные убытки.

5.2. Организация несет материальную ответственность за ТС Клиента с момента прибытия на место вызова до подписания Статистического талона.

5.2.1. В случае нанесения ущерба ТС Клиента во время проведения диагностики, мелкого ремонта или эвакуации Организация обязана полностью возместить Клиенту сумму ущерба. Калькуляция составляется на основании оценки независимых экспертов с составлением Акта экспертизы.

5.2.2. В случае дорожно-транспортного происшествия по вине представителей Организации, Клиента или третьих лиц, произошедшего во время выполнения работ Организацией, составляется акт ГАИ с указанием виновной стороны и перечнем повреждений, происшедших в результате данной аварии для определения причиненного ущерба. Если ущерб причинен по вине Организации, то последняя обязуется возместить его в полном объеме Клиенту.

5.3. В случае неприбытия представителей Организации на место вызова Клиента, Организация выплачивает Филиалу сумму\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (\_\_)рублей.

5.4. Организация не несет ответственности за возможные последствия в случае использования ( по требованию Клиента) горюче-смазочных и расходных материалов, не принадлежащих Организации при проведении работ, о чем производится соответствующая запись за подписью Клиента в Статистическом талоне.

5.5. В случае несвоевременного (свыше 5 дней) расчета Филиала за выполненные Организацией работы, Филиал выплачивает пени в размере 0,1 % от переводимой суммы за каждый день просрочки, но не более 8% от общей суммы задержанного платежа.

5.7. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему Договору если это неисполнение явилось следствием форс-мажорных обстоятельств.

5.8. При наступлении указанных в пункте 5.7 обстоятельств каждая из Сторон должна информировать в течении 3 дней другую Сторону. Информация должна содержать данные о характере обстоятельств, а также оценку их влияния на возможность исполнения Стороной своих обязательств по настоящему Договору.

6. ПОРЯДОК РАЗРЕШЕНИЯ СПОРОВ

6.1. Все споры, возникающие между Сторонами в ходе выполнения обязательств по Договору, будут по возможности разрешаться путем переговоров.

6.2. В случае не достижения согласия Сторонами, спор может быть передан для рассмотрения в Арбитражный суд или Третейский суд.

7.СРОКИ ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА

7.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания Сторонами и действует в течении 1-ого года.

7.2. Если ни одна из сторон не заявит о прекращении настоящего Договора не менее чем за 30 дней до окончания срока действия Договора, его действие автоматически продлевается на следующий календарный год.

7.3.В период действия Договора по соглашению Сторон в него могут быть внесены дополнения и изменения.

7.4. При досрочном расторжении Договора одна Сторона уведомляет другую за 30 дней до предполагаемой даты расторжения.

7.5. В случае расторжения договора Стороны производят полные взаиморасчеты.

8. ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ

8.1. Ни одна из Сторон не вправе передавать свои права и обязанности по настоящему Договору третьей Стороне без письменного согласия на то другой Стороны.

8.2. Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из Сторон.

8.3. Приложения к данному договору являются неотъемлемой частью настоящего Договора, без которых он является недействительным.

# Приложение 2.

УСЛОВИЯ ДОБРОВОЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ ПО КОМПЛЕКСНОЙ ПРОГРАММЕ « ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ»

1.ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ОБЩИЕ УСЛОВИЯ.

1.1 «Страховщик»- ОАО «Российское страховое народное общество» «РОСНО» -страховая организация, обеспечивающая защиту имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении страховых событий, являющихся предметом настоящих Условий, и принимающая на себя обязательства по покрытию расходов при наступлении страховых случаев.

1.2. «Страхователь» - юридическое или физическое лицо, заключающее с «РОСНО» Договор добровольного страхования , включающий программу «Помощь на дорогах», дающий право возмещения затрат при наступлении страхового события согласно категории полиса.

1.3. «Выгодоприобретатель» - лицо, управляющее транспортным средством на законных основаниях.

1.4. «Объект страхования» - имущественные интересы Страхователя, связанные с владением, пользованием, распоряжением имуществом (транспортным средством (ТС), с разрешенной максимальной массой не более 3500 кг., со сроком службы не более 10 лет).

1.5. «Страховое событие» - внезапно возникшая неисправность ТС, препятствующая его движению.

1.5.1. «Страховым событием» не является:

* внезапно возникшая неисправность ТС, своевременно не прошедшего технический осмотр;
* вызов произведенный Выгодоприобретателем, находящимся в состоянии алкогольного и/или наркотического и/или токсического опьянения;
* необоснованный вызов бригады техпомощи (отсутствие ТС, Выгодоприобретателя на месте, указанном при вызове в течение 1 часа).

1.6. «Страховой полис» - документ, обеспечивающий полноту взаимной ответственности Сторон и подтверждающий заключение договора страхования.

1.6.1. В соответствии с настоящими условиями добровольного страхования по комплексной программе «Помощь на дорогах» категория страхового полиса определяет перечень услуг , стоимость которых возмещается РОСНО.

1.7. Карта «Помощь на дорогах» - пластиковая карточка, подтверждающая право пользования комплексной программой технического обслуживания на дороге в соответствии с категорией полиса.

1.8. Комплексная программа «Помощь на дорогах» предусматривает возмещение возможных затрат Страхователя при наступлении страхового случая по оплате технического обслуживания транспортного средства на дороге, включающего: оповещение о неисправности ТС, вызов бригады технической помощи, диагностику неисправности, мелкий ремонт, эвакуацию, информационные услуги.

1.9. Настоящие условия являются неотъемлемой частью Правил добровольного страхования транспортных средств и при применении данных Условий действуют все Положения, предусмотренные Правилами.

1.10. Перечень и краткое описание страховых продуктов по программе «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ», по которым РОСНО возмещает затраты по:

1.10.1. Категории «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ А»:

* вызов и прибытие техпомощи или эвакуатора через круглосуточный диспетчерский пульт РОСНО (затраты по оказанию техпомощи и эвакуации не покрываются);
* обеспечение круглосуточной радиосвязи с диспетчерским пультом РОСНО в СВ-диапазоне без предоставления радиостанции;
* обеспечение передачи срочной информации Страхователем в офис, домой и т.д.

1.10.2. Категории «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ АЭ»:

* вызов бригады техпомощи или эвакуатора через круглосуточный диспетчерский пульт РОСНО;
* однократную эвакуацию транспортного средства до места, указанного клиентом, в пределах границ обслуживания региона, где действует страховая программа РОСНО «Помощь на дорогах», в случае зарегистрированного ДТП;
* обеспечение круглосуточной радиосвязи с диспетчерским пультом РОСНО в СВ-диапазоне без предоставления радиостанции;
* обеспечение передачи срочной информации Страхователем в офис, домой и т.д.

1.10.3. Категории «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ БР»

* вызов эвакуатора через круглосуточный диспетчерский пульт РОСНО,
* приезд эвакуатора в течение 1 часа от момента принятия вызова;
* эвакуацию транспортного средства до места, указанного клиентом в пределах границ обслуживания региона, где действует страховая программа РОСНО «Помощь на дорогах», (количество вызовов эвакуатора не ограничено);
* обеспечение круглосуточной радиосвязи с диспетчерским пультом РОСНО в СВ-диапазоне без предоставления радиостанции;
* обеспечение передачи срочной информации Страхователем в офис, домой и т.д.

1.10.4. Категории «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ ВР»

* вызов эвакуатора через круглосуточный диспетчерский пульт РОСНО;
* приезд эвакуатора в пределах границ обслуживания региона, где действует страховая программа РОСНО «Помощь на дорогах;
* эвакуацию транспортного средства до места, указанного клиентом в пределах границ обслуживания региона, где действует страховая программа РОСНО «Помощь на дорогах» (количество вызовов эвакуатора ограничено - 2);
* обеспечение круглосуточной радиосвязи с диспетчерским пультом РОСНО в СВ-диапазоне без предоставления радиостанции;
* обеспечение передачи срочной информации Страхователем в офис, домой и т.д.

1.10.5. Категории «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ ГР»

* вызов через круглосуточный диспетчерский пульт РОСНО и приезд техпомощи и эвакуатора в пределах границ обслуживания региона, где действует страховая программа РОСНО «Помощь на дорогах»,, в течение 1 часа от момента принятия вызова;
* диагностику неисправности ТС в течение 15 мин;
* оказание технической помощи на дороге продолжительностью не более 1 часа и/или эвакуацию транспортного средства до места, указанного клиентом в пределах границ обслуживания региона, где действует страховая программа РОСНО «Помощь на дорогах»;
* количество вызовов техпомощи и эвакуатора не ограничено;
* обеспечение круглосуточной радиосвязи с диспетчерским пультом РОСНО в СВ-диапазоне без предоставления радиостанции;
* обеспечение передачи срочной информации Страхователем в офис, домой и т.д.

1.10.6. Категории «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ ДР»

* вызов через круглосуточный диспетчерский пульт РОСНО и приезд техпомощи или эвакуатора в течение 1 часа от момента принятия вызова в пределах границ обслуживания региона, где действует страховая программа РОСНО «Помощь на дорогах»,;
* диагностику неисправности ТС в течение 15 мин;
* оказание технической помощи на дороге продолжительностью не более 1 часа или эвакуацию транспортного средства до места, указанного клиентом в пределах границ обслуживания региона, где действует страховая программа РОСНО «Помощь на дорогах»;
* количество вызовов ограничено: 3-мя вызовами техпомощи или эвакуатора;
* обеспечение круглосуточной радиосвязи с диспетчерским пультом РОСНО в СВ-диапазоне без предоставления радиостанции;
* обеспечение передачи срочной информации Страхователем в офис, домой и т.д.

ПРИМЕЧАНИЯ:

По всем категориям полисов стоимость запасных частей и расходных материалов оплачивается клиентом по договорным ценам.

Категории А, АЭ, БР, ВР, ГР, ДР могут комбинироваться со всеми видами страхования ТС, имущества Страхователя, добровольного медицинского страхования, страхования жизни и т.д.

Карта «Помощь на дорогах» открывает Страхователю (Выгодоприбретателю) доступ к международной дисконтной системе «Count down».

2. ПОРЯДОК ЗАКЛЮЧЕНИЯ И УСЛОВИЯ ДОГОВОРА СТРАХОВАНИЯ

2.1. Для заключения договора страхования Страхователь обращается к РОСНО с письменным или устным заявлением.

2.1.1. В случае подачи письменного заявления Страхователя указываются данные, согласно приложению 1 к настоящим Условиям:

* данные о Страхователе, владельце ТС, лицах, допущенных к управлению;
* технические данные транспортного средства;
* условия страхования;
* срок действия договора страхования;
* наличие или заказ средств связи.

2.1.2. Перечисленные данные о Страхователе (Выгодоприобретателе), а также обязательство соблюдения условий страхования подтверждаются его подписью. РОСНО имеет право проверить достоверность данных, указанных Страхователем в заявлении.

2.1.3. В случае заключения договора страхования на основании устного заявления страхователь сообщает свою фамилию, имя, отчество, регистрационный знак транспортного средства и максимальную разрешенную массу. На основании устного заявления может быть застраховано только транспортное средство с максимальной разрешенной массой не более 3500 кг., зарегистрированное в органах ГАИ МВД РФ и прошедшее очередной Государственный технический осмотр.

2.1.4. На основании данных заявления РОСНО определяет размер страховой премии с учетом выбираемой программы страхования и категорией страхового полиса.

2.2. Договор добровольного страхования ТС заключается между РОСНО и Страхователем, при этом Страхователю выдаются: страховой полис, пластиковая карточка «Универсальная помощь на дорогах»

2.3. В страховом полисе указываются:

* Ф.И.О. Страхователя;
* регистрационный знак;
* технические данные ТС;
* условия страхования, страховые суммы, размер страховой премии, порядок и условия оплаты;
* категория «Помощь на дорогах (в графе «Особые условия»);
* срок действия договора страхования;
* телефон круглосуточного диспетчерского пульта РОСНО.

2.4. Страховой полис, пластиковая карточка «Помощь на дорогах» выдаются Страхователю после оплаты страховой премии в соответствии с порядком установленным Правилами добровольного страхования транспортных средств или условиями договора страхования.

2.5. Ответственность РОСНО по возмещению затрат наступает спустя 10 (десяти) суток, считая с даты заключения договора страхования, если иное не предусмотрено договором страхования.

3. СТРАХОВАЯ СУММА. СРОК ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА СТРАХОВАНИЯ

3.1. Страховая сумма - максимальная сумма, в рамках которой РОСНО несет ответственность по данной программе страхования, определяется по согласованию Сторон при заключении договора страхования на базе рыночной цены данного вида услуг.

3.2. Срок действия Договора страхования - один год, если иное не предусмотрено условиями договора.

4. ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН

4.1. Обязанность РОСНО: обеспечивать оплату возможных затрат Страхователя на оказание услуг по техническому обслуживанию ТС Страхователя при наступлении страхового события в соответствии с условиями страхования.

4.2. Обязанности Страхователя (Выгодоприобретателя):

4.2.1. Своевременно уплачивать страховые премии и точно выполнять условия Договора;

4.2.2. Сообщать РОСНО о всех известных ему обстоятельствах, имеющих значение для оценки страхового риска;

4.2.3. Содержать и эксплуатировать свое транспортное средство в соответствии с установленными правилами и требованиями безопасности;

4.2.4. Не покидать место, назначенное для встречи техпомощи, после сообщения РОСНО о наступлении страхового события в течение 1 часа;

4.2.5. Проверять и подписывать статистический талон (приложение 5 к настоящим Условиям) с указанием объема оказанных услуг после оказания технической помощи.

5. ПРЕКРАЩЕНИЕ ДЕЙСТВИЯ ДОГОВОРА СТРАХОВАНИЯ

5.1. Договор страхования прекращает действие и Выгодоприобретатель теряет право на получение услуг по договору в случае:

5.1.1. Истечения срока действия договора страхования.

5.1.2. В случае неуплаты Страхователем страховых премий в установленные договором сроки.

5.1.3. По требованию (инициативе) Страхователя - в случае нарушения РОСНО условий страхования.

5.1.4. В случае досрочного прекращения Договора по взаимному соглашению Сторон. При этом Стороны обязаны уведомить друг друга письменно не позднее, чем за 15 дней до даты предполагаемого расторжения.

5.1.5. Если Страхователь указал или сообщил неверные сведения при заключении договора страхования, РОСНО письменно уведомляет Страхователя о расторжении Договора с указанием причины и страховая премия в этом случае возвращается за не истекший срок действия договора за вычетом понесенных РОСНО расходов.

6.ТАРИФЫ ПО ПРОГРАММЕ «ПОМОЩЬ НА ДОРОГАХ»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Категория «Помощь на дорогах» | Мин. Страховая сумма в $US | Мин. Страховой тариф в $US отечественные импортные | Мин. Страховая премия B $US отечественные Импортные |
| 1.А | 1900 | 2,1% | 2,1% | 40 | 40 |
| 2.АЭ | 1900 | 2,89% | 2,89% | 55 | 55 |
| З.БР | 9000 | 2,0% | 2,22% | 180 | 200 |
| 4.ВР | 7500 | 1,60% | 1,87% | 120 | 140 |
| 5.ГР | 15000 | 1,80% | 1,93% | 270 | 290 |
| 6.ДР | 7500 | 2,53% | 2,93% | 190 | 220 |