

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

## ОТКРЫТИЕ САЛОНА ОПТИКИ

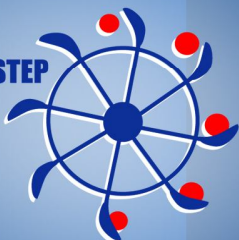
### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. ГК Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения ГК Step by Step.

**Дата выпуска отчета:  
август 2011 г.**

**г. Москва**

**STEP BY STEP**



## Содержание

<b>Аннотация.....</b>	<b>3</b>
<i>Суть проекта .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Расчетные сроки проекта .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Стоимость проекта .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>6</b>
<i>Список диаграмм .....</i>	<i>8</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>8</i>
<i>Список схем .....</i>	<i>8</i>
<i>Список приложений .....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<b>Выдержки из исследования .....</b>	<b>9</b>

## АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие салона оптики

***К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).***

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рассматриваемого рынка
2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса
3. План сбыта
4. Производственная часть
5. Организационная структура предприятия
6. Финансовый план
7. Нормативная база

Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

## СУТЬ ПРОЕКТА

Открытие салона оптики. В основе концепции салона оптики лежит создание мультибрендового салона, представляющего известные российские и зарубежные торговые марки, нацеленного на покупателей со средним уровнем дохода. Расположение салона предполагается в крупном торговом центре или легкодоступном помещении в нижних этажах жилых домов. Площадь помещения необходима в 60 кв. м.

## ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочная цель: открытие салона оптики, привлечение покупателей, получение прибыли.

Долгосрочная цель: Открытие сети салонов оптики по России, расширение ассортимента продукции и возможных оказываемых услуг.

## РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).

## РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

Продукт - ...

Цена - ...

Сбыт – ...

Продвижение – ...

## СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Объем необходимых инвестиций - **4 084 426 руб.**

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

## ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды: ...

Риски: ...

## КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА:

- Период окупаемости –... **мес.**
- Дисконтированный период окупаемости (ставка дисконтирования – 15% годовых) – ...**мес.**
- Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта 36 месяцев (ставка дисконтирования – 15% годовых) – ... **руб.**
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта 36 месяцев **IRR (год) – ...% , IRR (месяц) – ...%.**

# Маркетинговое Агентство Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, д. 29, 3-й этаж  
Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 [www.step-by-step.ru](http://www.step-by-step.ru)



**Кол-во страниц:** 54 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 7 диаграмм, 20 таблиц, 1 рисунок

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

<b>Введение</b>	<b>5</b>
<b>1. Резюме проекта</b>	<b>6</b>
1.1 <i>Суть проекта</i>	6
1.2 <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
1.3 <i>Расчетные сроки проекта</i>	6
1.4 <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
1.5 <i>Стоимость проекта</i>	7
1.6 <i>Источники финансирования проекта</i>	7
1.7 <i>Выгоды и риски проекта</i>	7
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	7
<b>2. Описание товара/услуги</b>	<b>8</b>
2.2 <i>Определение товара/услуги</i>	8
2.3 <i>Сегментация товара/услуги</i>	8
2.3.1 <i>Сегментирование по функциональным качествам</i>	8
2.3.2 <i>Сегментирование по сфере назначения</i>	8
<i>Сегментирование в зависимости от материала</i>	
2.3.3 <i>изготовления</i>	8
2.3.4 <i>Сегментирование по типу линзы</i>	8
2.3.5 <i>Сегментирование по целевой группе</i>	9
2.3.6 <i>Сегментирование по сфере назначения</i>	9
<i>Сегментирование в зависимости от материала</i>	
2.3.7 <i>изготовления</i>	9
2.3.8 <i>Сегментирование по режиму использования</i>	9
2.3.9 <i>Сегментирование по виду заболевания</i>	9
2.3.10 <i>Сегментирование в зависимости от материала цены</i>	10
<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция</i>	
2.4 <i>ценообразования</i>	10
2.5 <i>Перспективы развития товара/услуги</i>	11
<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка</i>	
2.6 <i>товаров/услуг</i>	11
<b>3. Анализ рынка</b>	<b>13</b>
3.1 <i>Анализ положения дел в отрасли</i>	13
3.1.1 <i>Текущая ситуация в отрасли</i>	13
3.1.2 <i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	14
3.2 <i>Общие данные о рынке</i>	15

3.2.1	Объемы и емкость рынка	15
3.3.	<i>Темпы роста</i>	18
3.4	<i>Конкурентный анализ</i>	19
3.4.1	Количественная и качественная характеристика	19
3.4.2	Тенденции основных игроков	20
3.4.3	Анализ политики продвижения	21
3.5	<i>Анализ потребителей</i>	22
3.6	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	23
<b>4.</b>	<b>Маркетинговый план</b>	<b>24</b>
4.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	24
4.2	<i>Ценовая политика</i>	24
4.3	<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	25
	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации</i>	
4.4	<i>рекламы</i>	25
<b>5.</b>	<b>План продаж</b>	<b>28</b>
5.1	<i>План продаж на весь расчетный период.</i>	29
<b>6.</b>	<b>Производственная часть</b>	<b>31</b>
	<i>Описание производственного процесса. Технологическая</i>	
6.1	<i>схема производства продукции / организации услуги</i>	31
6.2	<i>Требования к поставщикам</i>	33
6.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	33
6.3.1	Амортизация основных средств	34
6.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	36
6.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	36
6.6	<i>Оценка доходов</i>	37
6.7	<i>Функциональное решение</i>	38
6.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия	38
<b>7.</b>	<b>Организационно-управленческая структура</b>	<b>40</b>
7.1	<i>Организационная структура</i>	40
7.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	40
7.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	41
<b>8.</b>	<b>Финансовый план</b>	<b>43</b>
8.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	43
8.2	<i>Объем финансирования</i>	43
8.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	44
8.4	<i>Показатели эффективности проекта</i>	45
	<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта</i>	
8.5	<i>(инвестиционные затраты)</i>	45

8.6	<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	46
8.7	<i>Анализ чувствительности</i>	48
8.7.1	Показатели эффективности проекта	48
8.7.2	Основные параметры бизнес-плана:	48
<b>9.</b>	<b>Организационный план осуществления проекта</b>	<b>50</b>
9.1	<i>План-график реализации проекта</i>	50
<b>10.</b>	<b>Нормативная информация</b>	<b>51</b>

## СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Производство очковой оптики в 2005-2009 гг., тыс. штук  
Диаграмма 2. Производство линз контактных, очков для коррекции, оправ и арматуры для очков в 2010 году, тыс. штук  
Диаграмма 3. Производство линз контактных, линз для очков из различных материалов  
Диаграмма 4. Производство очков для коррекции зрения. Защитных или прочих очков и аналогичных оптических приборов  
Диаграмма 5. Производство оправы и арматуры для очков, защитных очков и аналогичных оптических приборов  
Диаграмма 6. Темпы роста оптики очковой, оправ и арматуры для очков в 2006-2009 гг., %  
Диаграмма 7. Темпы роста производства линз, очков для коррекции зрения, оправ и арматуры для очков в 2011 г. по сравнению с аналогичным периодом 2010 года, %

## СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Основные производители и торговые компании  
Таблица 2. Стоимость реализуемой продукции, руб.  
Таблица 3. Схема распространения товара  
Таблица 4. Факторы микросреды влияющие на сбыт:  
Таблица 5. Факторы макросреды, влияющие на сбыт  
Таблица 6. План продаж салона оптики (часть 1)  
Таблица 7. План продаж салона оптики (часть 2)  
Таблица 8. План продаж салона оптики (часть 3)  
Таблица 9. Состав и стоимость основного производственного оборудования  
Таблица 10. Состав и стоимость офисного оборудования  
Таблица 11. Сроки использования основных средств и размер амортизационных отчислений  
Таблица 12. Постоянные затраты в месяц, руб.  
Таблица 13. Переменные затраты в месяц, руб.  
Таблица 14. Штатное расписание  
Таблица 15. Затраты на открытие  
Таблица 16. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы  
  
Таблица 17. Инвестиционные затраты  
Таблица 18. Отчет о прибылях и убытках (часть 1)  
Таблица 19. Отчет о прибылях и убытках (часть 2)  
Таблица 20. Отчет о прибылях и убытках (часть 3)

---

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

## 2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

Очки – самый распространенный из оптических приборов, предназначенный для улучшения человеческого зрения и помощи ему при оптических несовершенствах глаза, либо для защиты глаз от различных вредных воздействий.

Современные очки – это еще и модный аксессуар, подчеркивающий индивидуальность своего владельца. Ведущие мировые модельеры и производители парфюмерии продают лицензии на производство очков со своим логотипом, а тысячи дизайнеров в мире работают над созданием модных моделей, поставляя на рынок оправ новые идеи и тенденции каждый сезон.

### СЕГМЕНТАЦИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

#### СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ КАЧЕСТВАМ

На рынке очковой оптики выделяют два крупных сегмента: очки и контактные линзы, отдельную группу составляют аксессуары.

...

...

...

## 3. АНАЛИЗ РЫНКА

### АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

Медицинская промышленность – промышленность, производящая лекарственные средства и медицинскую технику для лечебно-профилактических учреждений здравоохранения и для нужд населения.

Медицинская промышленность включает в себя 3 отрасли:

- ✓ химико-фармацевтическую промышленность;
- ✓ медико-инструментальную промышленность.

...

...

### ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

#### ОБЪЕМЫ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

Объем рынка очковой оптики составляет ... млрд. долларов. На цивилизованную розницу приходится 50% рынка в стоимостном выражении, остальное пока приходится на палатки, киоски и лотки. ...

...

### КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

#### КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

На рынке оптики происходит выбывание мелких игроков. Из них выживут те, кто занимает свои специфические ниши - не очень интересные для крупных игроков, но полезные для ограниченного круга потребителей. Окончание экономического спада, для мелких игроков и частных предпринимателей означает медленное восстановление прежних объемов продаж и выручки. Если они не найдут своих рыночных ниш, то их ждет отток покупателей к средним и крупным игрокам с более широкими и гибкими возможностями. При этом у крупных игроков продолжится как качественное, так и количественное развитие, а вот для средних компаний этот период станет последней возможностью усилить свои позиции перед переходом рынка в стадию насыщения.

...

...

...

## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Российские потребители очков отправляются в салон оптики за покупкой в среднем раз в четыре года, в то время как европейские очкарики меняют пару очков один-два раза в год.

Покупки очков на лотках и уличных стендах осуществляют только самые низкообеспеченные слои населения. Китайская продукция ориентирована на потребителя с достатком ниже среднего, поэтому те фирмы, которые ориентированы на потребителя с уровнем достатка среднего и выше среднего, занимаются продажей европейской очковой оптики. Основные посетители салонов оптики это мужчины и женщины в возрасте от 18 до 45 лет. Их характерной чертой являются приоритеты покупки: более молодая часть целевой аудитории (до 30 лет) при наличии выбора предпочитают контактные средства коррекции, более старшее поколение чаще покупают очки.

...

...

...

## 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

### УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Салон оптики будет заниматься реализацией контактных линз, готовых очков, оправ, аксессуаров для оптики, а также оказания услуг по ремонту очков, оказание консультационных и медицинских услуг ценовых категорий (от эконом до элит).

...

...

...

### ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД.

Таблица 1. План продаж салона оптики (часть 1)

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Оправы премиум класса			59	
Оправы среднего класса			297	
Оправы эконом класса		86		
Линзы для очков среднего класса		151		
Линзы для очков эконом класса			178	
Контактные линзы			495	
Солнцезащитные очки дизайнерские				54
Солнцезащитные очки среднего класса				135
Готовые очки		97		
Аксессуары		76		
Ремонт очков			59	
<b>Итого</b>				

...

...

...

## АМОРТИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Амортизация начисляется линейным способом исходя из следующих сроков использования:

- Компьютер – 3 лет
- Кассовый аппарат – 3 лет
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...

**Таблица 2. Сроки использования основных средств и размер амортизационных отчислений**

Наименование основного средства	Срок эксплуатации (год)	Размер амортизационных отчислений в год (рублей)	Количество основных средств	Итого (рублей)
афторефкератометр				
диоптриметр				

Наименование основного средства	Срок эксплуатации (год)	Размер амортизационных отчислений в год (рублей)	Количество основных средств	Итого (рублей)

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов ГК Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: [info@step-by-step.ru](mailto:info@step-by-step.ru)) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88