

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН САЛОНА СОТОВОЙ СВЯЗИ

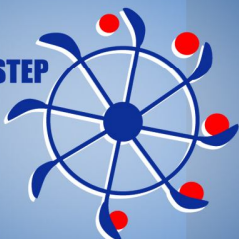
ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA 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. MA 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 MA Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
октябрь 2010 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



**Содержание**

Аннотация.....	5
<i>Суть проекта</i>	<i>5</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	<i>5</i>
<i>Расчетные сроки проекта</i>	<i>6</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	<i>6</i>
<i>Стоимость проекта</i>	<i>6</i>
<i>Источники финансирования проекта</i>	<i>6</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>6</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта.....</i>	<i>7</i>
Полное содержание исследования	8
<i>Список диаграмм</i>	<i>10</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>10</i>
<i>Список схем</i>	<i>11</i>
<i>Список приложений</i>	<i>11</i>
Выдержки из исследования.....	12
2. Описание товара/услуги.....	13
<i>Определение товара/услуги</i>	<i>13</i>
<i>Сегментация товара/услуги</i>	<i>13</i>
<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования....</i>	<i>13</i>
<i>Перспективы развития товара/услуги.....</i>	<i>13</i>
<i>Требования к контролю качества</i>	<i>13</i>
3. Анализ рынка	14
<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	<i>14</i>
<i>Текущая ситуация в отрасли</i>	<i>14</i>
<i>Факторы, влияющие на отрасль.....</i>	<i>14</i>
<i>Общие данные о рынке.....</i>	<i>14</i>
<i>Объемы рынка</i>	<i>14</i>



<i>Ценообразование на рынке</i>	14
<i>Конкурентный анализ</i>	14
Количественная и качественная характеристика.....	14
Тенденции в развитии салонов связи	14
Тенденции основных производителей продукции	14
<i>Анализ потребителей</i>	15
4. Маркетинговый план	16
<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	16
<i>Ценовая политика</i>	16
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	16
<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	16
5. План продаж	17
6. Производственная часть	19
<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги</i>	19
<i>Состав и стоимость оборудования</i>	19
<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	20
<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	20
<i>Оценка доходов</i>	20
6.1. <i>Функциональное решение</i>	21
Выбор и обоснование типа предприятия	21
7. Организационно-управленческая структура	22
<i>Организационная структура</i>	22
<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	22
<i>Затраты на оплату труда</i>	22
8. Финансовый план	23
<i>Основные параметры расчетов</i>	23
<i>Объем финансирования</i>	23



<i>Основные формы финансовых расчетов</i>	24
<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	28
<i>Анализ чувствительности</i>	30
Показатели эффективности проекта	30
9. Организационный план осуществления проекта	31
<i>План-график реализации проекта</i>	31
Список приложений	32



АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие салона сотовой связи

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

Создание салона сотовой связи в региональном центре для реализации мобильных телефонов, аксессуаров к ним, цифровой фото- и аудиотехники, продажи билетов на различные мероприятия, предоставления услуг беспроцентной экспресс-оплаты мобильной связи.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочная цель: выход на рынок салона сотовой связи в проходимом месте города, создание узнаваемого имени, качественная консультация клиентов, получение прибыли.

Долгосрочная цель: закрепление на региональном рынке салонов сотовой связи, создание положительной репутации компании, расширение номенклатуры оказываемых услуг, создание устойчивой сети салонов сотовой связи.



РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – ... года.

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

Продукт - Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента будет сделан акцент на широком ассортименте товаров, высоком уровне подготовки продавцов, продаже аудио- и фототехники.

Цена - При формировании цены на товары салона связи ориентиром будут служить цены конкурентов аналогичного формата, а также будет учитываться средний ценовой сегмент потребителей и объем затрат компании.

Сбыт – Реализация товаров будет осуществляться через продажу их в салоне. Увеличить товароборот можно засчет широкого ассортимента в рамках одной торговой марки и среди вендоров.

Продвижение – Главным каналом продвижения будет реклама в метро, помимо этого необходимо давать рекламу в два журнала с интересующей компанию аудиторией.

Месторасположение – Салон должен располагаться в месте с высокой проходимостью людей не менее 1,5 тыс. человек в час.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций – ... РУБ.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды: социальные - качественная консультация клиентов по аудио- и цифровой технике, мобильным телефонам, оказание услуг населению по зачислению платежей на мобильные операторы с небольшими для него издержками, получение прибыли, возможность закрепления на рынке.



Риски: очень высокая конкуренция на рынке будет препятствовать входу на рынок, поэтому целью этого проекта является создание салона сотовой связи именно в региональном городе, экономический кризис, снижение спроса, сокращение прибыли.

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

Ставка дисконтирования – ...%.

Срок окупаемости проекта - ... месяца

Срок окупаемости проекта дисконтированный – ... месяцев

Планируемый объем продаж – ... РУБ /год

Внутренняя норма рентабельности IRR, год. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Кол-во страниц: 70 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 2 диаграммы, 18 таблиц, 1 схема



ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	Содержание		
2	Введение		5
3	1. Резюме проекта		6
	3.1	<i>Суть проекта</i>	6
	3.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
	3.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	6
	3.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
	3.5	<i>Стоимость проекта</i>	7
	3.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	7
	3.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	7
	3.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	8
4	2. Описание товара/услуги		9
	4.1	<i>Определение товара/услуги</i>	9
	4.2	<i>Сегментация товара/услуги</i>	9
	4.3	<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	10
	4.4	<i>Перспективы развития товара/услуги</i>	10
	4.5	<i>Требования к контролю качества</i>	11
	4.6	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг</i>	11
5	3. Анализ рынка		12
	5.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	12
		5.1.1 Текущая ситуация в отрасли	12
		5.1.2 Факторы, влияющие на отрасль	13
	5.2	<i>Общие данные о рынке</i>	14
		5.2.1 Объемы рынка	14
	5.3	<i>Ценообразование на рынке</i>	15
	5.4	<i>Конкурентный анализ</i>	15
		5.4.1 Количественная и качественная характеристика	15
		5.4.2 Тенденции в развитии салонов связи	19
		5.4.3 Тенденции основных производителей продукции	19
	5.5	<i>Анализ потребителей</i>	21
6	4. Маркетинговый план		23
	6.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	23



	6.2	<i>Ценовая политика</i>	23
	6.3	<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	25
	6.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	25
	6.5	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	26
7	5. План продаж		27
8	6. Производственная часть		31
	8.1	<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги</i>	31
	8.2	<i>Требования к поставщикам</i>	31
	8.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	32
	8.3.1	Амортизация основных средств	33
	8.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	33
	8.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	34
	8.6	<i>Оценка доходов</i>	36
	8.7	<i>6.1. Функциональное решение</i>	38
	8.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия	38
9	7. Организационно-управленческая структура		39
	9.1	<i>Организационная структура</i>	39
	9.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	39
	9.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	42
10	8. Финансовый план		43
	10.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	43
	10.2	<i>Объем финансирования</i>	43
	10.3	<i>Основные формы финансовых расчетов</i>	44
	10.4	<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	48
	10.5	<i>Анализ чувствительности</i>	50
	10.5.1	Показатели эффективности проекта	50
	10.5.2	Основные параметры бизнес-плана:	51
11	9. Организационный план осуществления проекта		53
	11.1	<i>План-график реализации проекта</i>	53
12	Список приложений		54
	12.1	<i>Приложение 1 Федеральный Закон Российской Федерации от 3 июня 2009 года N 103-ФЗ «О деятельности по приему платежей физических лиц, осуществляемой платежными</i>	54



		<i>агентами»</i>	
	12.2	<i>Приложение 2. Документы, необходимые для регистрации контрольно-кассовой техники</i>	63
	12.3	<i>Приложение 3. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества</i>	66
	12.4	<i>Приложение 4. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью</i>	68

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Количество проданных телефонов по годам, млн.шт.

Диаграмма 2 Доли лидирующих сетей салонов сотовой связи по объему продаж за три квартала 2010 года

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 2. Цены на конкретные позиции товаров

Таблица 3. Объем продаж в месяц после выхода на проектную мощность

Таблица 4. Объем продаж в месяц

Таблица 5. Состав и стоимость основного оборудования

Таблица 6. Распределение площадей салона между отдельными помещениями

Таблица 7. Постоянные затраты в месяц, руб.

Таблица 8. Переменные затраты в месяц, руб.

Таблица 9 Оказываемые услуги, их количество и стоимость, руб.

Таблица 10. Штатное расписание

Таблица 11. Затраты на открытие

Таблица 12. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы

Таблица 13 План движения денежных средств (часть 1), руб.

Таблица 14 План движения денежных средств (часть 2), руб.

Таблица 15. Отчет о прибылях и убытках, (часть 1)

Таблица 16. Отчет о прибылях и убытках, часть 2

Таблица 17. График реализации проекта

Таблица 18. Документы, необходимые для регистрации ККТ



СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Организационная структура

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1 Федеральный Закон Российской Федерации от 3 июня 2009 года N 103-ФЗ «О деятельности по приему платежей физических лиц, осуществляемой платежными агентами»

Приложение 2. Документы, необходимые для регистрации контрольно-кассовой техники

Приложение 3. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества

Приложение 4. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью



ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ



2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

Основное предназначение салонов связи – предоставление комплексных услуг населению, связанных с мобильной связью.

В настоящее время в условиях высокого проникновения сотовой связи большое количество людей постоянно прибегают к услугам салонов связи.

...

СЕГМЕНТАЦИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

К основным видам продукции, которые будут представлены в салоне связи, относятся:

...

СТОИМОСТЬ ТОВАРА/УСЛУГИ. ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Стоимость оказываемых услуг и реализуемой продукции определяется на основе анализа состояния конкурентной среды и устанавливается на уровне цен конкурентов.

...

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

В качестве направлений для дальнейшего развития бизнеса можно выделить следующие:

...

ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРОЛЮ КАЧЕСТВА

Под качеством услуг салона связи понимается...

...



3. АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

В 2009 году объем продаж сотовых телефонов снизился на ...% по сравнению с предыдущим годом...

...

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

Основные факторы, влияющие на отрасль, можно объединить в следующие группы:...

...

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

ОБЪЕМЫ РЫНКА

Объем российского рынка сотовых телефонов в 2009 году составил ...шт. или ... рублей. По сравнению с прошлым годом рынок в денежном выражении уменьшился на ...%.

...

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

Цена на мобильные телефоны, аудио- и цифровую технику будут находиться на уровне средних по рынку.

...

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Информация об основных игроках рынка представлена в таблице:...

...

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ САЛОНОВ СВЯЗИ

...

ТЕНДЕНЦИИ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ

...



АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

К конечным потребителям сотовой связи (и, соответственно услуг салонов связи) можно отнести все население России старше 18 лет...

...

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

.....



4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Создающийся в рамках проекта салон связи будет позиционироваться как...

...

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Цены на товары будут установлены на уровне среднерыночных. Для различных товарных групп торговая наценка составит:...

...

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ

Ввиду специфичности бизнеса и высокой доли ведущих игроков на рынке деятельность салона будет направлена...

...

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ДОСТОИНСТВА ПРОДУКЦИИ

Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента будет сделан акцент на...

...



№ п/п	Наименование	Кол-во	Цена руб.	Сумма, руб.
Производственное оборудование				

...

ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

Основное требование к **месту размещения** салона сотовой связи – высокая проходимость (ввиду высокой доли случайных клиентов). К таким местам можно отнести:

...

Таблица 5. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДЕЙ САЛОНА МЕЖДУ ОТДЕЛЬНЫМИ ПОМЕЩЕНИЯМИ

№ п/п	Наименование помещения	Количество	Площадь, кв.м.	Всего, кв.м.

...

ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ

Накладные (постоянные) и переменные расходы в месяц при выходе на проектную мощность приведены ниже.

...

ОЦЕНКА ДОХОДОВ

Во время реализации проекта к текущим затратам будут относиться следующие статьи затрат:

...

Таблица 6 ОКАЗЫВАЕМЫЕ УСЛУГИ, ИХ КОЛИЧЕСТВО И СТОИМОСТЬ, РУБ.

Услуга	Сумма, руб.	Наценка, руб.	Доля в объеме продаж	Кол-во услуг в мес.



7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

СХЕМА 1. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

...

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, КОЛИЧЕСТВО И СОСТАВ СОТРУДНИКОВ

...

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Штат сотрудников насчитывает ...людей. Затраты оплаты труда будут соответственно составлять ...руб. в месяц (ФОТ), отчисления в пенсионный фонд составят ... руб. в месяц. Таким образом, ФОТ и ЕСН составит ... руб. в месяц.

ТАБЛИЦА 7. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

Должность	Кол-во	З.п., руб.	Сумма, руб.	ЕСН	Итого



Месяц	Расходы, руб.	Доходы, руб.	Налог на прибыль, руб.	Итого, руб.	Прибыль до налогов, руб.

...



Таблица 10 План движения денежных средств (часть 1), руб.

Показатели	1 год					2 год				
	I	II	III	IV	Всего	I	II	III	IV	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Операционная деятельность										
Инвестиционная деятельность										



Показатели	1 год					2 год				
	I	II	III	IV	Всего	I	II	III	IV	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Таблица 14. График реализации проекта

№ п/п	Наименование работ	Месяцы			
		1	2	3	4, 5...

...

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

.....

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