

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЕ КОМПАНИИ ПО ПРОДАЖЕ ВХОДНЫХ ДВЕРЕЙ

## 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:  
июль 2011 г.**

**г. Москва**

**STEP BY STEP**



## Содержание

<b>Аннотация.....</b>	<b>3</b>
<i>Суть проекта .....</i>	<i>3</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта .....</i>	<i>3</i>
<i>Расчетные сроки проекта .....</i>	<i>3</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции .....</i>	<i>4</i>
<i>Стоимость проекта .....</i>	<i>4</i>
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	<i>4</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>4</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:.....</i>	<i>4</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>9</i>

## АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие компании по продаже входных дверей

*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 магазина по продаже и последующей установке входных дверей

## ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочная цель: открытие магазина по продаже входных дверей, привлечение покупателей, получение прибыли.

Долгосрочная цель: Открытие собственного производства, расширение ассортимента (например, продажа межкомнатных дверей).

## РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).

## РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4Р) ПРОДУКЦИИ

**Продукт** - Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента, на первом этапе ставка будет сделана на качество и ассортимент товаров, высокий уровень консультантов-продавцов, продажа сопутствующих товаров.

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

**Сбыт** – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения.

**Продвижение** – В качестве рекламы будут использоваться **вывеска** на здании, где будет расположен магазин. На ближайшей оживленной магистрали будет вывешен рекламный щит. Главной целью рекламы на первом этапе является информирование потенциальных потребителей об открытии магазина дверей с указанием уникальных достоинств компании.

## СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Объем необходимых инвестиций - **6 057 536 руб.**

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

## ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

**Выгоды:** отсутствие затрат различных ресурсов на изготовление двери; возможность ориентироваться на покупателей с высоким и низким доходом.

**Риски:** сезонность бизнеса (с июня по январь продажи увеличиваются); рост налогов; падение платежеспособности населения; рост инфляции.

## КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА:

- Период окупаемости – **30 мес.**

- Дисконтированный период окупаемости (ставка дисконтирования – 15% годовых) – **35 мес.**
- Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта 36 месяцев (ставка дисконтирования – 15% годовых) **310 923 руб.**
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта 36 месяцев **IRR (год) – 19,2%, IRR (месяц) – 1,47%.**

**Кол-во страниц:** 64 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 4 диаграммы, 32 таблицы, 1 схему

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

<b>Введение</b>	<b>5</b>
<b>1. Резюме проекта</b>	<b>6</b>
<i>Суть проекта</i>	6
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
<i>Расчетные сроки проекта</i>	6
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
<i>Стоимость проекта</i>	6
<i>Источники финансирования проекта</i>	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>
<i>Определение товара/услуги</i>	8
<i>Сегментация товара/услуги</i>	11
Сегментирование в зависимости от технологии изготовления	11
Сегментирование в зависимости от назначения	11
Сегментирование по степени защищенности от вскрытия	12
Сегментирование по функциональному назначению	13
Сегментирование по материалу изготовления	13
Сегментирование в зависимости от числа полотен	14
Сегментирование в зависимости от потребностей заказчика	15
<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	16
<i>Перспективы развития товара/услуги</i>	17
<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг</i>	18
<b>3. Анализ рынка</b>	<b>19</b>
<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	19
Текущая ситуация в отрасли	19
Факторы, влияющие на отрасль	20
<i>Общие данные о рынке</i>	21
Объемы и емкость рынка	21
<i>Темпы роста</i>	22
<i>Конкурентный анализ</i>	24
Количественная и качественная характеристика	24

Тенденции основных производителей продукции	24
Анализ политики продвижения	26
<i>Анализ потребителей</i>	27
<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	28
<b>4. Маркетинговый план</b>	<b>29</b>
<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	29
<i>Ценовая политика</i>	29
<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	30
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	31
<b>5. План продаж</b>	<b>34</b>
<i>План продаж на весь расчетный период.</i>	35
<b>6. Производственная часть</b>	<b>39</b>
<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги</i>	39
<i>Требования к поставщикам</i>	41
<i>Состав и стоимость оборудования</i>	41
<i>Амортизация основных средств</i>	42
<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	43
<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	43
<i>Оценка доходов</i>	45
<b>6.1. Функциональное решение</b>	48
<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	48
<b>7. Организационно-управленческая структура</b>	<b>50</b>
<i>Организационная структура</i>	50
<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	50
<i>Затраты на оплату труда</i>	52
<b>8. Финансовый план</b>	<b>53</b>
<i>Основные параметры расчетов</i>	53
<i>Объем финансирования</i>	53
<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	54
<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)</i>	55
<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	56
<i>Анализ чувствительности</i>	58
<i>Показатели эффективности проекта</i>	58
<i>Основные параметры бизнес-плана:</i>	58
<b>9. Организационный план осуществления проекта</b>	<b>60</b>

<i>План-график реализации проекта</i>	60
<b>10. Нормативная информация</b>	<b>61</b>

## **СПИСОК ДИАГРАММ**

Диаграмма 1. Производство металлопластиковых дверей в 2005-2009 гг., тыс. м<sup>2</sup>

Диаграмма 2. Производство металлопластиковых дверей в 2010-2011 гг., тыс. м<sup>2</sup>

Диаграмма 3. Темпы роста производства входных дверей в 2008-2009 гг., %

Диаграмма 4. Темпы роста производства входных дверей в 2011 г., %

## **СПИСОК ТАБЛИЦ**

Таблица 1. Классы устойчивости двери к взлому

Таблица 2. Классы устойчивости двери к взлому

Таблица 3. Требования к пустотелости дверей

Таблица 4. Требования по огнестойкости

Таблица 5. Цена металлической двери в зависимости от способа отделки

Таблица 6. Основные производители дверей в Российской Федерации

Таблица 7. Популярные запросы пользователей интернет по входным дверям.

Таблица 8. Перечень цен на реализуемые товары и услуги

Таблица 9. План продаж магазина по продаже входных дверей (часть 1)

Таблица 10. План продаж магазина по продаже входных дверей (часть 2)

Таблица 11. План продаж магазина по продаже входных дверей (часть 3)

Таблица 12. Состав и стоимость основного производственного оборудования

Таблица 13. Состав и стоимость офисного оборудования

Таблица 14. Сроки использования основных средств и размер амортизационных отчислений

Таблица 15. Постоянные затраты в месяц, руб.

Таблица 16. Переменные затраты в месяц, руб.

Таблица 17. План доходов на весь расчетный период (часть 1)

Таблица 18. План доходов на весь расчетный период (часть 2)

Таблица 19. План доходов на весь расчетный период (часть 3)

Таблица 20. Штатное расписание

- Таблица 21. Затраты на открытие
- Таблица 22. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы
- Таблица 23. Инвестиционные затраты (часть 1)
- Таблица 24. Инвестиционные затраты (часть 2)
- Таблица 25. Инвестиционные затраты (часть 3)
- Таблица 26. Отчет о прибылях и убытках (часть 1)
- Таблица 27. Отчет о прибылях и убытках (часть 2)
- Таблица 28. Отчет о прибылях и убытках (часть 3)
- Таблица 32. График реализации проекта

## **СПИСОК СХЕМ**

- Схема 1. Организационная структура

---

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

## 2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

### ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

В соответствии с ГОСТом от 01.01.2007 г. Р 51072-2005 дверь защитная – это устойчивое к регламентированным средствам воздействия защитное средство, состоящее из дверного полотна, дверной коробки и одного или нескольких замков (или запирающего устройства).

К дверной конструкции предъявляются следующие требования:

- Двери должны быть изготовлены в соответствии с требованиями настоящего стандарта по нормативным документам на двери конкретного типа, утвержденным в установленном порядке.
- Двери должны быть изготовлены в климатическом исполнении УХЛ по ГОСТ 15150.
- Двери должны быть устойчивыми к взлому, огнестойкими, пулестойкими или сочетать указанные защитные свойства.
- Коробка двери должна обладать защитными свойствами не ниже, чем у дверного полотна.

...

...

...

### СТОИМОСТЬ ТОВАРА/УСЛУГИ. ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

На современном рынке можно найти металлические двери и за 4 тысячи, и за 20 тысяч рублей. Стоимость двери складывается из стоимости материалов и стоимости труда, которые были затрачены при изготовлении изделия. К примеру, дверь с более высоким классом взломостойкости имеет листы стали большей толщины, то есть в ней больше металла, что сразу же отражается на цене в прайсе на стальные двери. Именно поэтому

....

...

# 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)



...

## 3. АНАЛИЗ РЫНКА

### АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

Российский рынок входных дверей в качестве самостоятельного сегмента начал формироваться в 80-90-х годах двадцатого века. Реакцией на спрос стало появление на рынке, стальных дверей отечественных производителей, которые имели довольно примитивные конструкции. Эти двери не имели противосъемных штырей, внутреннего утеплителя, уплотнителей по притвору, замки применялись самые простые, не приспособленные к стальным дверям, да и дизайн оставлял желать лучшего.

...

...

...

### КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

#### КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

До ...% отечественных входных дверей произведены из обычного металлопроката с использованием несовершенных технологий. Малая часть отечественных организаций изготавливают двери на основе специальных профилей, полученных на листогибах и прокатных станах с последующей сваркой в конструкцию. Лишь на серьезных производствах используется инновационный способ, при котором дверь изготавливается из холоднокатаного цельного металлического листа металла.

...

...

## 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

### УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Магазин по продаже входных дверей будет заниматься реализацией дверей различных ценовых категорий (от экономичных до элитных).

Одним из основных достоинств открытия магазина по продаже входных дверей являются более низкие цены на качественную продукцию по сравнению с конкурентами в розничной торговле за счет работы непосредственно с производителями продукции и невысокой наценкой.

К уникальным достоинствам магазина по продаже входных дверей можно отнести:

- Широкий ассортимент продукции;
- ...
- ...
- ...
- ...

### ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД.

ТАБЛИЦА 29. План продаж магазина по продаже входных дверей (часть 1)

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Стальная дверь винилискожа				
Стальная дверь покраска НЦ+винилискожа				
Стальная дверь дутая+гладкая (винилискожа)				
Стальная дверь металлс 1-й стороны, покрас НЦ				
Стальная дверь металлс 2-х сторон,покраска НЦ				
Стальная дверь вагонка+винилискожа				
Стальная дверь вагонка+винилискожа				
Стальная дверь порошок+ламинат				
Стальная дверь ламинат+ламинат				
Стальная дверь порошок+МДФ				
Стальная дверь порошок усилительный+ламинат				
Стальная дверь порошок усилительный+МДФ				
Стальная дверь порошок+порошок				
Стальная дверь порошок+вагонка				
Стальная дверь вагонка с двух сторон				
Стальная дверь МДФ+ламинат				
Стальная дверь МДФ+МДФ				

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Стальная дверь МДФ+филенчатый МДФ				
Стальная дверь филенчатый МДФ+филенчатый МДФ				
Техническая стальная дверь одностворчатая порошок+решетка жалюзи				
Техническая стальная дверь одностворчатая порошок+окно малое (среднее, большое)				
Техническая стальная дверь двухстворчатая порошок+окно малое (среднее, большое)				
Доставка и установка				
Заделка швов пеной				
Демонтаж железной двери				
Демонтаж деревянной двери				
Подъем (без лифта)				
Расширение проема				
Замки российские				
Замки импортные				
Цилиндр				
Броненакладка				
Фрамуга				
Демонтаж замка				
Вывоз мусора				
Перенос звонка				
<b>Итого</b>				

...

...

## АМОРТИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Амортизация начисляется линейным способом исходя из следующих сроков использования:

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

Таблица 30. 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)

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