ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

САЛОНА ОПТИКИ (ВЫПУСК 2)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

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

Дата выпуска отчета:
ноябрь 2010 г.

г. Москва

STEP BY STEP

Содержание

Аннотация **6**

Суть проекта *6*

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта *6*

Расчетные сроки проекта *7*

Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции *7*

Стоимость проекта *7*

Источники финансирования проекта *7*

Выгоды и риски проекта *8*

Ключевые экономические показатели эффективности проекта *8*

Полное содержание исследования **9**

Список диаграмм *11*

Список таблиц *11*

Список схем *12*

Список приложений *12*

Выдержки из исследования **13**

2. Описание товара/услуги **14**

Определение товара/услуги *14*

Сегментация товара/услуги *14*

Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования *14*

Перспективы развития товара/услуги *14*

Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг *15*

3. Анализ рынка **16**

Анализ положения дел в отрасли *16*

Текущая ситуация в отрасли 16

Факторы, влияющие на отрасль 16

Общие данные о рынке *16*
Объемы рынка 16
Сегментация рынка *17*
… *17*
Ценообразование на рынке *17*
Конкурентный анализ *17*
Количественная и качественная характеристика 17
Тенденции основных производителей продукции 17
Анализ потребителей *17*
Выбор и обоснование уникального достоинства продукции *18*
4. Маркетинговый план 19
Уникальные достоинства, позиционирование *19*
Ценовая политика *19*
Порядок осуществления продаж / оказания услуг *19*
Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы *19*
5. План продаж 20
План продаж на весь расчетный период. *21*
6. Производственная часть 25
Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги *25*
Требования к продукции *25*
Требования к поставщикам *26*
… *26*
Состав и стоимость оборудования *26*
Амортизация основных средств 27
Оценка и обоснование необходимых ресурсов *27*
Оценка постоянных и переменных затрат *27*

Оценка доходов 29

6.1. Функциональное решение 34

Выбор и обоснование типа предприятия 34

7. Организационно-управленческая структура 35

Организационная структура 35

Специализация, количество и состав сотрудников 35

Затраты на оплату труда 35

8. Финансовый план 36

Основные параметры расчетов 36

Объем финансирования 36

Основные формы финансовых расчетов (руб.) 37

Анализ чувствительности 40

Основные формы финансовых расчетов (руб.) 40

Анализ чувствительности 42

Показатели эффективности проекта 42

9. Организационный план осуществления проекта 43

План-график реализации проекта 43

10. Нормативная информация 44

11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ 45

Список приложений 46

Приложение 1. Перечень документов, необходимых для регистрации ККМ в налоговой инспекции 46

Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 №908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы,

информации и оформления города Москвы заявителям в режиме "одного окна"» 46

Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации вывески... 46

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 среднего ценового сегмента, предоставляющего услуги по консультации врача-офтальмолога.

Необходимая площадь – 110 м^2.
Время работы – 10 часов в сутки.

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

Краткосрочная цель: выход на рынок оптики города Москва, создание положительного имиджа магазина, создание клиентской базы, получение прибыли.

Долгосрочная цель: максимизация товарооборота, расширение номенклатуры товаров и услуг, создание сети магазинов, выход на региональные рынки.

Расчетные сроки проекта

Расчетный срок проекта – … года.

Резюме комплекса маркетинга (4P) 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, оформителей, продажа сопутствующих товаров, оформление детских подарков.

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 две **вывески**: на здании торгового центра и непосредственно у входа в павильон, а также **рекламный щит** на ближайшей оживленной магистрали. Главной целью рекламы на первом этапе является информирование потенциальных потребителей об открытии салона оптики с указанием уникальных достоинств компании.

Стоимость проекта

Необходимый объем инвестиций – … руб.

Источники финансирования проекта

Собственные средства.

Выгоды и риски проекта

Выгоды:

- получение стабильной прибыли
- обеспечение населения качественными изделиями в сфере оптики
- создание известного имени на рынке торговли оптикой
- создание сети салонов

Риски:

- неудачное позиционирование
- изменение потребительских предпочтений
- высокая конкуренция
- экономический кризис

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: 74 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 2 диаграммы, 26 таблиц, 2 схемы, 3 приложения

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	**Содержание**			**2**
2	**Введение**			**5**
3	**1. Резюме проекта**			**6**
	3.1	*Суть проекта*		*6*
	3.2	*Долгосрочные и краткосрочные цели проекта*		*6*
	3.3	*Расчетные сроки проекта*		*6*
	3.4	*Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции*		*6*
	3.5	*Стоимость проекта*		*7*
	3.6	*Источники финансирования проекта*		*7*
	3.7	*Выгоды и риски проекта*		*7*
	3.8	*Ключевые экономические показатели эффективности проекта:*		*7*
4	**2. Описание товара/услуги**			**9**
	4.1	*Определение товара/услуги*		*9*
	4.2	*Сегментация товара/услуги*		*9*
	4.3	*Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования*		*10*
	4.4	*Перспективы развития товара/услуги*		*10*
	4.5	*Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг*		*11*
5	**3. Анализ рынка**			**12**
	5.1	*Анализ положения дел в отрасли*		*12*
		5.1.1	Текущая ситуация в отрасли	12
		5.1.2	Факторы, влияющие на отрасль	13
	5.2	*Общие данные о рынке*		*14*
		5.2.1	Объемы рынка	14
	5.3	*Сегментация рынка*		*14*
	5.4	*Ценообразование на рынке*		*16*
	5.5	*Конкурентный анализ*		*17*
		5.5.1	Количественная и качественная характеристика	17
		5.5.2	Тенденции основных производителей продукции	25

	5.6	*Анализ потребителей*	*25*
	5.7	*Выбор и обоснование уникального достоинства продукции*	*29*
6	**4. Маркетинговый план**		**30**
	6.1	*Уникальные достоинства, позиционирование*	*30*
	6.2	*Ценовая политика*	*30*
	6.3	*Порядок осуществления продаж / оказания услуг*	*30*
	6.4	*Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы*	*31*
7	**5. План продаж**		**32**
	7.1	*Цены на конкретные виды товара/услуги.*	*32*
	7.2	*Организация сбыта. Каналы сбыта.*	*33*
	7.3	*План продаж на весь расчетный период.*	*33*
8	**6. Производственная часть**		**37**
	8.1	*Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги*	*37*
	8.2	*Требования к продукции*	*38*
	8.3	*Требования к поставщикам*	*39*
	8.4	*Состав и стоимость оборудования*	*40*
		8.4.1 Амортизация основных средств	41
	8.5	*Оценка и обоснование необходимых ресурсов*	*41*
	8.6	*Оценка постоянных и переменных затрат*	*41*
	8.7	*Оценка доходов*	*43*
	8.8	*6.1. Функциональное решение*	*48*
		8.8.1 Выбор и обоснование типа предприятия	48
9	**7. Организационно-управленческая структура**		**49**
	9.1	*Организационная структура*	*49*
	9.2	*Специализация, количество и состав сотрудников*	*49*
	9.3	*Затраты на оплату труда*	*51*
10	**8. Финансовый план**		**52**
	10.1	*Основные параметры расчетов*	*52*
	10.2	*Объем финансирования*	*52*
	10.3	*Основные формы финансовых расчетов (руб.)*	*53*
	10.4	*Основные формы финансовых расчетов (руб.)*	*56*

	10.5	*Анализ чувствительности*		*59*
		10.5.1	Показатели эффективности проекта	59
		10.5.2	Основные параметры бизнес-плана:	60
11	**9. Организационный план осуществления проекта**			**62**
	11.1	*План-график реализации проекта*		*62*
12	**10. Нормативная информация**			**63**
	12.1	*Нормативная база*		*63*
13	**ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ**			**68**
14	**Список приложений**			**69**
	14.1	*Приложение 1. Перечень документов, необходимых для регистрации ККМ в налоговой инспекции*		*69*
	14.2	*Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 №908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме "одного окна"»*		*70*
	14.3	*Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации вывески*		*72*

Список диаграмм

Диаграмма 1. Готовность к тратам на очковые линзы, в %

Диаграмма 2. Частота приобретения очков

Список таблиц

Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль.

Таблица 2. Интернет-магазины очковой продукции с разбивкой по сегментам Рынка

Таблица 3. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 4. Цены на конкретные виды товаров.

Таблица 5. План продаж, часть 1, шт.

Таблица 6. План продаж, часть 2, шт.

Таблица 7. Схема работы салона оптики
Таблица 8. Требования к продукции
Таблица 9. Состав и стоимость основного оборудования, руб.
Таблица 10. Площади необходимых помещений.
Таблица 11. Постоянные затраты в месяц, руб.
Таблица 12. Переменные затраты в месяц, руб.
Таблица 13. Оказываемые услуги, их количество и стоимость, руб.
Таблица 14. План по доходам (часть 1), руб.
Таблица 15. План по доходам (часть 2), руб.
Таблица 16. Штатное расписание
Таблица 17. Затраты на открытие
Таблица 18. Затраты на установку сигнализаций, руб.
Таблица 19. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы
Таблица 20. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 1), руб.
Таблица 21. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 2), руб.
Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках (часть 1), руб.
Таблица 24. Отчет о прибылях и убытках (часть 2), руб.
Таблица 25. График реализации проекта
Таблица 26. Документы для регистрации вывески

Список схем

Схема 1. Сегментация основных игроков по типу торговых точек
Схема 2. Организационная структура

Список приложений

Приложение 1. Перечень документов, необходимых для регистрации ККМ в налоговой инспекции
Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 №908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме "одного окна"»
Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации вывески

Выдержки из исследования

2. Описание товара/услуги

Определение товара/услуги

Очки уже давно стали неотъемлемой частью модной индустрии. Это относится не только к специальным, «украшающим» солнцезащитным очкам, но и обычным, «медицинским», каждодневным.

…

Сегментация товара/услуги

Основные виды продукции и услуг, которые будут представлены в магазине:

Оправы для очков:

- металлические,
- пластмассовые,
- комбинированные.

Линзы для очков:

…

…

Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования

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

…

Перспективы развития товара/услуги

В качестве перспективных направлений развития оптического рынка, специалисты выделяют торговлю…

…

Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг

Чтобы открыть салон оптики, необходимо получить лицензию на осуществление фармацевтической деятельности.

…

3. Анализ рынка

Анализ положения дел в отрасли

Текущая ситуация в отрасли

Финансово-экономический кризис оказал свое действие и на рынок оптики. Как сообщают специалисты, все больше торговых точек закрывается. Самая существенная проблема - отсутствие финансовых ресурсов. Как объясняют…

…

Факторы, влияющие на отрасль

Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль.

Положительные факторы	Отрицательные факторы

Общие данные о рынке

Объемы рынка

Рынок оптики в России непрозрачен, так как большая его доля приходится на «стихийные» ларьки и палатки, поэтому …

Последние годы рынок оптики ежегодно увеличивался в России на **…%.** Однако, по причине кризиса привычный темп роста в 2009 году…

…

Сегментация рынка

Сегментация московского рынка оптики по формату торговли:

…

Ценообразование на рынке

Ведущие игроки рынка оптики придерживаются конкурентного принципа ценообразования. В то же время, колебания цен продажи на отдельные виды корректирующих средств и сопутствующего товара в различных салонах могут достигать …%.

…

Конкурентный анализ

Количественная и качественная характеристика

Все игроки по продаже могут быть классифицированы в соответствии с видом торговой точки и ее месторасположением…

…

Тенденции основных производителей продукции

Игроки активно выходят в регионы и увеличивают свою долю на рынке. Одним из наиболее представленных игроков на рынке (как Москвы, так и регионов) является …

…

Анализ потребителей

Описание потребителей

В последние годы наблюдается общая тенденция …

Потребительские предпочтения

Из разговоров с представителями компаний – поставщиков МКЛ и с врачами-контактологами на местах можно сделать вывод, что постепенно российский рынок …

Выбор и обоснование уникального достоинства продукции

Салон оптики будет ориентирован на потребителей среднего достатка, которые заботятся о своём зрении.

…

4. Маркетинговый план

Уникальные достоинства, позиционирование

Салон будет специализироваться на продаже средств коррекции зрения (очков и контактных линз) и солнцезащитных очков среднего ценового сегмента, ориентируясь на возрастную группу…

…

Ценовая политика

Цена будет рассчитываться исходя из оптовой цены и наценки. Наценка будет составлять от …% до…%

…

Порядок осуществления продаж / оказания услуг

Продажи начнутся с четвертого месяца реализации бизнес-плана. Предполагается, что сбыт первые месяцы будет обеспечен **комплексной рекламной кампанией.**

…

Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы

В рамках данного бизнес-плана принято решение о проведении рекламной компании **в сети Интернет** и **с помощью наружной рекламы** …

5. План продаж

Цены на конкретные виды товара/услуги.

Таблица 2. Цены на конкретные виды товаров.

Услуга	Сумма, руб.	Наценка

Услуга	Сумма, руб.	Наценка

Организация сбыта. Каналы сбыта.

Реализация продукции будет осуществляться через магазин **непосредственно конечному потребителю**.

Система сбыта будет состоять из следующих этапов:

…

План продаж на весь расчетный период.

ТАБЛИЦА 3. ПЛАН ПРОДАЖ, ЧАСТЬ 1, ШТ.

Ценовая категория	1 год				2 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV

Ценовая категория	1 год				2 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV

ТАБЛИЦА 4. ПЛАН ПРОДАЖ, ЧАСТЬ 2, ШТ.

Ценовая категория	3 год			
	I	II	III	IV

…

6. Производственная часть

Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги

Работа салона оптики будет состоять из следующих этапов (Таблица 6):

1. директор магазина заключает **договора с дистрибьюторами и/или производителями** на поставку определенного ассортимента товаров,

…

Таблица 5. Схема работы салона оптики

№ этапа	Наименование этапа	Исполнитель	Ответственный

Требования к продукции

…

Таблица 6. Требования к продукции

Код по ОКП	Наименование	ГОСТ

Требования к поставщикам

Поставщики услуг и товаров:

…

Состав и стоимость оборудования

Таблица 7. Состав и стоимость основного оборудования, руб.

№	Наименование	Кол-во	Цена руб.	Сумма, руб.

№	Наименование	Кол-во	Цена руб.	Сумма, руб.

Стоимость основного оборудования составляет … рублей.

Амортизация основных средств

…

Оценка и обоснование необходимых ресурсов

Основные средства:

Таблица 8. Площади необходимых помещений.

№	Наименование	Площадь, м^2

Общая площадь для работы салона составляет … кв.м.

…

Оценка постоянных и переменных затрат

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

ТАБЛИЦА 9. ПОСТОЯННЫЕ ЗАТРАТЫ В МЕСЯЦ, РУБ.

№	Статья затрат	Сумма, руб.
Постоянные затраты		

Постоянные затраты в месяц планируется держать на уровне **…руб**.

ТАБЛИЦА 10. ПЕРЕМЕННЫЕ ЗАТРАТЫ В МЕСЯЦ, РУБ.

№	Статья затрат	Сумма, руб.
Переменные расходы		

№	Статья затрат	Сумма, руб.

Оценка доходов

Таблица 11. Оказываемые услуги, их количество и стоимость, руб.

Услуга	Сумма, руб.	Наценка, руб.	Доля в объеме продаж

Услуга	Сумма, руб.	Наценка, руб.	Доля в объеме продаж

ТАБЛИЦА 12. ПЛАН ПО ДОХОДАМ (ЧАСТЬ 1), РУБ.

Ценовая категория	1 год				2 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV

Ценовая категория	1 год				2 год			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV

ТАБЛИЦА 13. ПЛАН ПО ДОХОДАМ (ЧАСТЬ 2), РУБ.

Ценовая категория	3 год			
	I	II	III	IV

6.1. Функциональное решение

Выбор и обоснование типа предприятия

В качестве организационно-правовой формы для салона оптики рекомендуется выбрать ….

…

7. Организационно-управленческая структура

Организационная структура

Схема 1. Организационная структура

…

Специализация, количество и состав сотрудников

1. Директор осуществляет общее руководство, контроль и регулирование…

…

Затраты на оплату труда

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

Для всех сотрудников компании предполагается фиксированная заработная плата.

Таблица 14. Штатное расписание

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

8. Финансовый план

Основные параметры расчетов

- Курс доллара – … руб.
- Ставка налога на прибыль – …%
- …

…

Объем финансирования

Для создания салона оптики необходимы средства на аренду помещений, их ремонт и оснащение, а также на покрытие убытков от операционной деятельности в первый год реализации проекта.

Затраты на открытие составят … руб. Данная сумма складывается из затрат на открытие и покрытие операционных издержек в первые месяцы работы.

…

Таблица 15. Затраты на открытие

№	Статья затрат	Сумма, руб.

№	Статья затрат	Сумма, руб.

Таблица 16. Затраты на установку сигнализаций, руб.

Установка сигнализаций		Кол-во	Цена, руб.	Сумма, руб.

Основные формы финансовых расчетов (руб.)

Таблица 17. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы

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

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

Таблица 18. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 1), руб.

Показатели										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

Таблица 19. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 2), руб.

Показатели						
1	12	13	14	15	16	17

Анализ чувствительности

Основные формы финансовых расчетов (руб.)

Таблица 20. Отчет о прибылях и убытках (часть 1), руб.

Показатели										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

Таблица 21. Отчет о прибылях и убытках (часть 2), руб.

Показатели						
1	7	8	9	10	11	13

Анализ чувствительности

Показатели эффективности проекта

9. Организационный план осуществления проекта

План-график реализации проекта

Таблица 22. График реализации проекта

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

10. Нормативная информация

Для открытия салона оптики необходимо пройти следующие процедуры:

1. …
2. …
3. …
4. …

11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. …
2. …
3. …
4. …

Список приложений

Приложение 1. Перечень документов, необходимых для регистрации ККМ в налоговой инспекции

1. Заявление владельца ККМ по установленной форме (Точный образец выдает своя налоговая инспекция, после проверки наличия ниже перечисленных документов).

…

Приложение 2. Выдержки из Постановления Правительства Москвы от 21.11.2006 №908-ПП «О порядке установки и эксплуатации объектов наружной рекламы и информации в городе Москве и регламенте подготовки документов Комитетом рекламы, информации и оформления города Москвы заявителям в режиме "одного окна"»

(…)

2.2.9.7. Настенные панно - объекты наружной рекламы и информации, устанавливаемые на плоскости стен зданий в виде:

…

Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации вывески

Таблица 23. Документы для регистрации вывески

№ п/п	Наименование документа

№ п/п	Наименование документа

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