|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план салона оптики с финансовой моделью (выпуск 3)** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета | 21.09.2016 |
| Количество страниц | 80 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 руб. |
| Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4 | **Цель БП:** Открытие салона оптики. В основе концепции салона оптики лежит создание небольшого салона, представляющего российские и зарубежные торговые марки, нацеленного на покупателей с разным уровнем дохода. Расположение салона предполагается в крупном торговом центре или легкодоступном помещении в нижних этажах жилых домов. Площадь помещения необходима в 60 кв. м.  Бизнес - план содержит следующие основные блоки:   1. Описание товара/услуги 2. Анализ рынка 3. Маркетинговый план 4. План продаж 5. Производственная часть 6. Организационно-управленческая структура 7. Финансовый план 8. Организационный план осуществления проекта 9. Нормативная информация   Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. Суть проекта Открытие салона оптики. В основе концепции салона оптики лежит создание небольшого салона, представляющего российские и зарубежные торговые марки, нацеленного на покупателей с разным 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:** …  **Долгосрочная цель:** …. Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 5 года (60 месяцев). Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции **Продукт** - ….  **Цена** - ….    **Сбыт** – ….  **Продвижение** – …. Стоимость проекта Объем необходимых инвестиций - …. руб. Источники финансирования проекта Собственные средства. Выгоды и риски проекта **Выгоды:**   * ….   **Риски:**   * …..  Ключевые экономические показатели эффективности проекта: ….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | **Содержание** | | |  | | 2 | **Введение** | | | **5** | | 3 | **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 показатели эффективности проекта* | | *7* | | 4 | **Анализ рынка** | | | **8** | |  | 4.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | | *8* | |  |  | 4.1.1 | Факторы, влияющие на отрасль | 8 | |  | 4.2 | *Общие данные о рынке* | | *8* | |  | 4.3 | *Основные показатели российского производства* | | *8* | |  | 4.4 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | | *10* | |  | 4.5 | *Сегментирование продукции по основным наименованиям* | | *12* | |  |  | 4.5.1 | Сегментирование оправ | 12 | |  |  | 4.5.2 | Сегментирование очков/очковых линз | 14 | |  |  | 4.5.3 | Сегментирование контактных линз | 19 | |  |  | 4.5.4 | Тенденции различных сегментов продукции | 24 | |  | 4.6 | *Ценообразование на рынке* | | *24* | |  | 4.7 | *Конкурентный анализ* | | *25* | |  |  | 4.7 | Количественная и качественная характеристика компаний розничного сектора | 25 | |  |  | 4.8 | Сравнительная характеристика крупнейших розничных игроков на рынке средств коррекции зрения | 29 | |  | 4.8 | *Анализ потребителей* | | *31* | |  | 4.9 | *Сегментация потребителей* | | *31* | |  | 4.10 | *Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени* | | *32* | | 5 | **Описание товара** | | | **40** | |  | 5.1 | *Основные определения и описание товара* | | *40* | |  | 5.2 | *Сегментация товара* | | *40* | |  |  | 5.2.1 | Сегментирование по сфере назначения | 40 | |  |  | 5.2.2 | Сегментирование в зависимости от материала изготовления | 41 | |  |  | 5.2.3 | Сегментирование по типу линзы | 41 | |  |  | 5.2.4 | Сегментирование по целевой группе | 41 | |  |  | 5.2.5 | Сегментирование по сфере назначения | 41 | |  |  | 5.2.6 | Сегментирование в зависимости от материала изготовления | 41 | |  |  | 5.2.7 | Сегментирование по режиму использования | 42 | |  |  | 5.2.8 | Сегментирование по виду заболевания | 42 | |  |  | 5.2.9 | Сегментирование в зависимости от материала цены | 42 | |  | 5.3 | *Перспективы развития товара* | | *43* | | 6 | **Маркетинговый план** | | | **44** | |  | 6.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | | *44* | |  | 6.2 | *Ценовая политика* | | *44* | |  | 6.3 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | | *45* | | 7 | **План продаж** | | | **47** | |  | 7.1 | *Цены на товары/услуги* | | *47* | |  | 7.2 | *Организация сбыта* | | *47* | |  | 7.3 | *Условия оплаты* | | *48* | |  | 7.4 | *План продаж на расчетный период* | | *48* | | 8 | **Производственная часть** | | | **49** | |  | 8.1 | *Описание производственного процесса* | | *49* | |  | 8.2 | *Требования к поставщикам* | | *51* | |  | 8.3 | *Состав и стоимость оборудования* | | *51* | |  |  | 8.3.1 | Амортизация основных средств | 52 | |  | 8.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | | *52* | |  | 8.5 | *Оценка затрат* | | *52* | |  |  | 8.5.2 | План по затратам | 55 | |  | 8.6 | *Оценка доходов* | | *58* | | 9 | **Организационно-управленческая структура** | | | **61** | |  | 9.1 | *Функциональное решение* | | *61* | |  |  | 9.1.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 61 | |  |  | 9.1.2 | Система налогообложения | 61 | |  | 9.2 | *Организационная структура* | | *62* | |  | 9.3 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | | *62* | |  | 9.4 | *Затраты на оплату труда* | | *63* | | 10 | **Финансовый план** | | | **64** | |  | 10.1 | *Основные параметры расчетов* | | *64* | |  | 10.2 | *Объем финансирования* | | *64* | |  | 10.3 | *Показатели эффективности проекта* | | *65* | |  | 10.4 | *Основные формы финансовых расчетов* | | *68* | |  | 10.5 | *Анализ чувствительности* | | *75* | | 11 | **Организационный план осуществления проекта** | | | **77** | |  | 11.1 | *План-график реализации проекта* | | *77* | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Объем производства оптики и темп роста производства оптики, 2010-1014 гг.  Диаграмма 2. Исходные и расчетные данные для определения объема рынка оптики в 2014 году в натуральном выражении, шт.  Диаграмма 3. Структура рынка оптики (в денежном выражении) в 2014 г.  Диаграмма 4. Распределение ответов на вопрос «Что вы используете для коррекции зрения?»  Диаграмма 5. Структура потребления контактных линз по времени действия  Диаграмма 6. Структура потребления контактных линз по дизайну  Диаграмма 7. Распределение ответов на вопрос: «Что для вас цветные контактные линзы?»  Диаграмма 8. Распределение ответов на вопрос «Что для Вас важно при выборе очков для зрения?»  Диаграмма 9. Распределение ответов на вопрос «Какой цвет линз в солнечных очках вы предпочитаете?»  Таблица 1. Показатели эффективности проекта  Таблица 2. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль  Таблица 3. Динамика производства линз контактных, линз для очков, оправы и арматуры для очков, защитных очков, очков для коррекции зрения и аналогичных оптических приборов в России в 2010-2014 гг.  Таблица 4. Объем рынка оптики в денежном выражении (млрд. рублей)  Таблица 5. Преимущества и недостатки очков с полимерными линзами  Таблица 6. Преимущества и недостатки очков с минеральными линзами  Таблица 7. Характеристика крупнейших розничных игроков по основным параметрам  Таблица 8. Цены на различные категории товаров, руб.  Таблица 9. План продаж, %  Таблица 10. План продаж в натуральном выражении  Таблица 11. Состав и стоимость основного оборудования  Таблица 12. Управленческие расходы, руб.  Таблица 13. Коммерческие расходы, руб.  Таблица 14. Прочие расходы, руб.  Таблица 15. План по расходам на первый год проекта, руб.  Таблица 16. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.  Таблица 17. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.  Таблица 18. План по доходам на первый год проекта, руб.  Таблица 19. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.  Таблица 20. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.  Таблица 21. Штатное расписание  Таблица 22. Инвестиционные затраты  Таблица 23. Затраты до выхода на безубыточность  Таблица 24. Расчет итоговой стоимости проекта  Таблица 25. Чистый денежный поток, 1 проекта, тыс. руб.  Таблица 26. График окупаемости проекта, 2 и 3 год проекта, тыс. руб.  Таблица 27. График окупаемости проекта, 4 и 5 год проекта, тыс. руб.  Таблица 28. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.  Таблица 29. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 30. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 31. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.  Таблица 32. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 33. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 34. Показатели эффективности проекта  Таблица 35. Анализ чувствительности проекта  Таблица 36. График реализации проекта  Схема 1. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП салон оптики 2016.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **специализируется** в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) специализируется на следующих сегментах рынка:

* Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
* ИТТ – рынок
* Рынок торгово-розничных предприятий
* Рынок отдыха и развлечений
* Рынок предприятий малого бизнеса

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**