

# БИЗНЕС-ПЛАН

---

## Дистрибуция соляриев

## Содержание

<b>1.</b>	<b>Резюме</b>	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>Описание проекта</b>	<b>5</b>
<b>3.</b>	<b>Описание продукции и услуг</b>	<b>7</b>
<b>4.</b>	<b>Маркетинг-план</b>	<b>9</b>
	3.1. Обзор и емкость рынка	10
	3.2. Выводы	11
<b>5.</b>	<b>Производственный план</b>	<b>13</b>
	5.1. План персонала	13
	5.2. Прочие издержки	14
<b>6.</b>	<b>Календарный план</b>	<b>15</b>
	6.1. Инвестиционные расходы	15
<b>7.</b>	<b>Финансовый план</b>	<b>16</b>

*Резюме должно быть кратким и давать представление о вашем бизнесе. Выделите основные идеи и положения плана и кратко выразите их. Правильно подготовленное резюме отвечает:*

- *Насколько разумна ваша основная бизнес-идея.*
- *Как Вы спланировали свое предприятие.*
- *Какой персонал Вы привлекаете и какова его компетенция.*
- *Какую продукцию или услугу Вы предлагаете.*
- *Кратко опишите целевой рынок.*
- *В чем Ваше преимущество.*
- *Какова маркетинговая стратегия и планы реализации.*
- *Каковы основные элементы производства?*
- *Финансовые прогнозы.*
- *Какова потребность в инвестициях.*
- *Ключевые экономические показатели эффективности.*

*Как правило, инвесторы ограничиваются прочтением только титульного листа и резюме. Поэтому должно быть проработано таким образом, чтобы вызвать к нему интерес.*

Основным направлением деятельности ООО «XXX» является дистрибуция (оптовые продажи) профессионального экологичного оборудования для индустрии красоты – солярии американского производства марки N. ООО «XXX» эксклюзивно продает оборудование на территории Москвы и Московской области до конца этого года с возможностью пролонгации этих условий на следующий период.

Профессиональные солярии N являются по-настоящему уникальным оборудованием, которое как нельзя лучше удовлетворяют современным требованиям «зеленых» технологий, обеспечивают значительную экономию электроэнергии и места, таким образом, представляя собой солярии «нового поколения» с повышенным КПД (коэффициентом полезного действия), который выше у нашего оборудования в 2,5-3 раза, по сравнению с европейскими аналогами.

Современные солярии европейских производителей отличаются хорошими характеристиками, однако даже самые маломощные имеют высокий уровень потребления электроэнергии (более 5 Квт). Однако, даже в условиях Москвы, не говоря о Подмосковье, не только студии загара, имеющие пять и более соляриев, но и салоны красоты, покупающие обычно один-два солярия, зачастую не могут себе позволить купить устройство, потребляющее много электричества в связи с лимитом выделенных мощностей электроэнергии. В современных условиях, вопрос энергосбережения в Москве поднимается на новый уровень. В проекте закона города Москвы от 7 февраля 2006 г. N 78-ПП «Об энергосбережении в городе Москве» говорится о показателях энергоэффективности, как наиболее важных, а также необходимости лимитирования потребления электроэнергии и экологичной направленности энергосбережения, направленной на снижение негативного воздействия на окружающую среду.

Наша компания полностью сконцентрировалась на продажах, поддержке и распространении одних из самых эффективных, профессиональных, экологичных соляриев марки N американской компании X.

Офис нашей компании открылся в ноябре прошлого года. За этот срок организовано четыре рабочих места. До конца года будет организовано еще два места для молодежи. В нем оборудовано три рабочих места для сотрудников и закуплено два солярия для действующего шоу-рум.

Общая стоимость проекта составляет 825 379 рублей, из них 350 000 рублей – средства Департамента поддержки и развития малого и среднего предпринимательства г. Москвы, а 475 379 рублей – собственные средства. Срок окупаемости проекта составляет 10 месяцев. Срок возврата субсидии в бюджет в виде налоговых платежей составляет 18 месяцев.

За время работы отдел продаж нашей компании провел интенсивную работу по поиску клиентов, в первую очередь в Москве и Московской области, а также близлежащих городах. В результате работы создана обширная база потенциальных клиентов, планирующих покупку соляриев в скором времени. За время нашей работы нами уже продано девятнадцать соляриев.

Чтобы расширить список наших клиентов и максимально удовлетворить их пожелания мы активно сотрудничаем с банками и лизинговыми компаниями. Мы заявили о себе рынку, даем рекламу, у нас увеличивается поток входящих звонков, последовательно расширяющаяся база клиентов, увеличивающийся сезонный спрос ближе к осени, а также уникальный и давно ожидаемый рынком продукт.

Таким образом, мы прогнозируем увеличение продаж в течение ближайшего года не менее чем на 15%. Что отражает наш финансовый прогноз далее.

## 2. Общее описание предприятия.

*Сжатое и конкретное описание компании дает возможность быстро ознакомиться с ее основными параметрами. Прежде чем углубиться в подробности бизнес-плана, ваши потенциальные инвесторы могут увидеть важные, с их точки зрения, факты. Охарактеризуйте Вашу компанию, ее название и где она находится, кому принадлежит компания и какова ее организационно-правовая форма. На каком этапе развития находится компания и каковы ваши ключевые достижения. Какие товары / услуги вы предлагаете. В каком экономическом состоянии находится отрасль, в которой вы работаете. Каковы ее перспективы. Из каких источников финансировалась компания до настоящего момента. Если Вам требуется дополнительное финансирование, о какой сумме идет речь и как она будет использована.*

Наше предприятие представляет собой офис продаж оборудования и косметики для загара. Работа началась с ноября прошлого года в арендованном офисном помещении, где располагаются отдел продаж и шоу-рум. (договор аренды на 11 месяцев с правом пролонгации). Отдел продаж, занимается активным поиском клиентов, ведением переговоров, заключением сделки, а отдел технического обслуживания, в лице тех.директора, организывает процесс установки оборудования клиенту и оказывает гарантийное обслуживание, т.к. срок гарантии на наши солярии составляет 3 года.

Организация находится в фазе активной работы и в процессе реализации проекта.

В отношении организации не проводится процедуры ликвидации или банкротства.

Наше предприятие не имеет задолженностей перед банками и налоговой инспекцией.

Выручка за 1 квартал 2010г., руб.	Оплачено налогов в 1 квартале 2010г. в бюджеты разного уровня, руб.
2 343 832	47 403

### Выручка по видам деятельности

№ п/п	Вид деятельности	Выручка за 1 квартал 2010г., руб.	Доля в общей выручке (%) за последний год	С какого момента осуществляется данный вид деятельности
1	Продажа оборудования - солярии N	2 321 785	99%	ноя.09

2	Продажа косметики и аксессуаров для загара в солярии	22 047	1%	ноя.09
---	--	--------	----	--------

Генеральный директор компании – Иванов Иван Иванович. Имеет три высших образования – техническое, экономическое и маркетинговое. Посетил большое количество тренингов в области продаж и маркетинговых коммуникаций, в настоящее время проходит дистанционное обучение в лондонском университете.

Иван Иванович имеет большой опыт в сфере организации и развития новых бизнес-направлений, имеет гениальное стратегическое мышление.

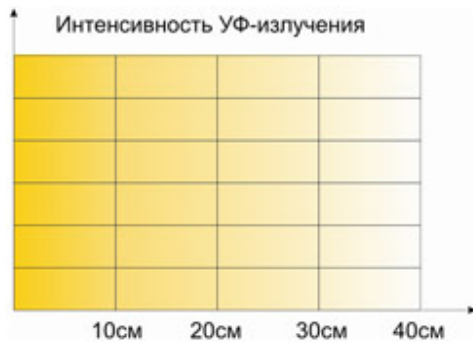
### 3. Описание продукции и услуг

*Что является основными направлениями деятельности? Какие услуги компания оказывает или продукты производит? Опишите основные продукты, их назначение, перечислите характеристики, отметьте соответствие стандартам и требованиям качества. Отметьте, на какой стадии находится продукт – идея, проект, опытный образец, производство.*

Компания “XXX” на эксклюзивных правах представляет в Москве и Московской области оборудование марки N. **Солярии N** — это сверхкомпактные, легкие, экономичные и высокоприбыльные солярии для профессионалов.

В чем же преимущества этих соляриев относительно европейских конкурентов?

#### **Экологичные технологии. Технология WrapAround®**



Все преимущества соляриям N дает запатентованная технология WrapAround®. Данная технология заключена в том, что ультрафиолетовые лампы расположены в подвижных панелях для того, чтобы их можно было придвинуть к телу на оптимальное расстояние.

Исследования американских ученых показали, что на расстоянии 10-12 см от ламп энергия ультрафиолетового излучения падает на 30%. Поэтому, в результате уменьшения расстояния от ламп до тела сократилось рассеивание ультрафиолетовой энергии и эффективность солярия повысилась в 3 раза.

Благодаря технологии WrapAround солярии N:

- Дружелюбны к пользователю — легкая конструкция, легко выйти, не страшно внутри;
- Дружелюбны к окружающей среде — низкий уровень шума и магнитного излучения;
- Рациональное потребление электроэнергии;
- Высокий КПД при меньшем количестве ламп;
- Ваши клиенты получают тот же загар и заплатят за это меньше, чем в другом солярии.

**Используя солярий N 2000 вместо обычного, Вы в течение одного месяца сэкономите столько электроэнергии, сколько нужно для того, чтобы пожарить 165 кг картошки, или сделать укладку профессиональным феном 720-ти клиентам подряд, или отапливать и освещать комнату в течение 1 месяца непрерывно.**

Технология WrapAround увеличила КПД солярия в 3 раза!

Компания “XXX”обеспечивает и гарантирует своим клиентам:

- Стабильную ценовую политику
- Работу с выделенным менеджером, что позволяет организовать индивидуальный подход и качественный сервис для клиентов.
- Проведение тренингов и обучающих семинаров для персонала клиента.
- Сопровождение каждого заказа необходимым количеством рекламного материала не только для оформления салона, но и для конечного потребителя нашей продукции.
- Проведение маркетинговых мероприятий, направленных на увеличение объемов продаж, на привлечение новых покупателей, на повышение лояльности покупателей
- Постоянное наличие ассортимента товара, запасных частей, комплектующих, аксессуаров, ламп и рекламной продукции на нашем складе. Благодаря этому все Ваши заказы мы можем выполнять максимально быстро.
- Высококвалифицированные специалисты нашей сервисной службы обеспечивают своим клиентам гарантийный и постгарантийный ремонт, а также полное техническое обслуживание всех, поставляемых нами, соляриев. Оказывают всестороннюю помощь в составлении технического задания, консультируют по вопросам подключения электрики, вентиляции в помещениях под установку солярия.



*Маркетинговый план показывает, как нужно привлекать и удерживать клиентов и не снижать уровень продаж. Поэтому этот раздел вашего бизнес-плана может быть внимательно изучен потенциальными инвесторами. Им нужно убедиться, что ваши методы маркетинга и сбыта адекватны, а количество и качество персонала в состоянии поддерживать необходимый для окупаемости уровень продаж.*

*В разделе стоит привести данные обо всей отрасли, отдельных рынках и сегментах, на которых работает или на которые только собирается выходить компания.*

*Что представляет собой ваша маркетинговая идея? Перечислите маркетинговые средства, которыми вы собираетесь воспользоваться. Укажите, как часто вы будете ими пользоваться, и сколько это будет стоить. Эти данные Вы опишите более подробно в финансовых прогнозах.*

*Раздел конкуренция. Перечислите кто ваши основные конкуренты. По какому параметру вы соперничаете. Каковы их сильные и слабые стороны. Как объективно выглядят ваши предложения на фоне конкурентов. Сколько новых игроков появилось на вашем рынке за последние годы. Кто они. Какие входные барьеры препятствуют появлению новых конкурентов.*

*Оцените емкость всего рынка сбыта и долю, приходящуюся на Ваш продукт или услуги.*

*Приведенные в разделе выводы позволяют аргументировать прогнозируемые объемы и цены продаж, предполагаемую динамику и обеспечивающие ее вложения в сбыт.*

С учетом российской специфики компания имеет достаточно широкий круг потребителей – салоны красоты и парикмахерские, в первую очередь с недостатком места и электрических мощностей, один из самых быстрорастущих сегментов – студии загара, требующие от пяти соляриев.

Зачем нужны солярии в Москве?

Загар в солярии, также как и солнечные инсоляции – это естественный способ выработки организмом витамина Д. Около 90% всего количества витамина Д наш организм получает при регулярном воздействии ультрафиолета. По данным научных исследований, в организме людей, загорающих в солярии (а оборудование большинства соляриев также излучает ультрафиолетовые лучи спектра В, как и солнце) вырабатывается витамин Д. Кроме того, в анализах крови посетителей соляриев обнаружен больший уровень витамина Д, чем у тех, кто не загорает. И хотя загар в солярии позиционируется как косметическая услуга, нельзя отрицать ее важную роль в выработке витамина Д.

Анализ рынка загарного бизнеса показал, что уровень развития рынка предложений искусственного загара в Москве:

- Рынку искусственного загара 12 лет
- 320 студий загара в 2009
- Число студий загара растет на 40% в год
- Среднее число соляриев в студии 8
- По официальным данным население Москвы 10 млн. чел. (неофициально 15 млн. человек)

- Только 500.000 человек загорают в соляриях (3% населения)



**Уровень развития рынка предложения в странах с развитой индустрией загара:**

**США**

- Рынку искусственного загара 30 лет
- 25000 студий загара и около 30000 салонов и фитнесов имеют солярий
- 42% студий имеют от 6 до 10 соляриев
- 21% имеют более 16 соляриев
- 12% имеют от 11 до 15 соляриев
- \$ 5 млрд годовой оборот индустрии
- Население 301,139,947
- 10% населения загорают в солярии

**Германия**

- Рынку искусственного загара более 37 лет
- 40000 студий загара и салонов, предлагающих загар
- \$ 1,2 млрд годовой оборот индустрии
- Население 82,400,996

## Вывод

Опираясь на все эти данные можно сделать выводы, что в странах с развитым рынком искусственного загара процент загорающего населения составляет: 14% белого населения в США (или 10% всего населения) и 21% от общего населения в Германии. В Москве на январь 2010 год количество загорающего населения приблизилось к 3%, увеличившись вдвое относительно прошлого года. В ближайшие годы Москва имеет потенциал развития количества загорающего населения как минимум до 10%, т.е. на 300%.

ООО «XXX» эксклюзивно продает оборудование на территории Москвы и Московской области до конца этого года с пролонгацией этих условий на следующий период.

Конкурентные преимущества этому оборудованию дает экологичная уникальная технология Wrap Around, экономия места, экономия электричества, эффект перекрестных лучей, низкая себестоимость сеанса загара.

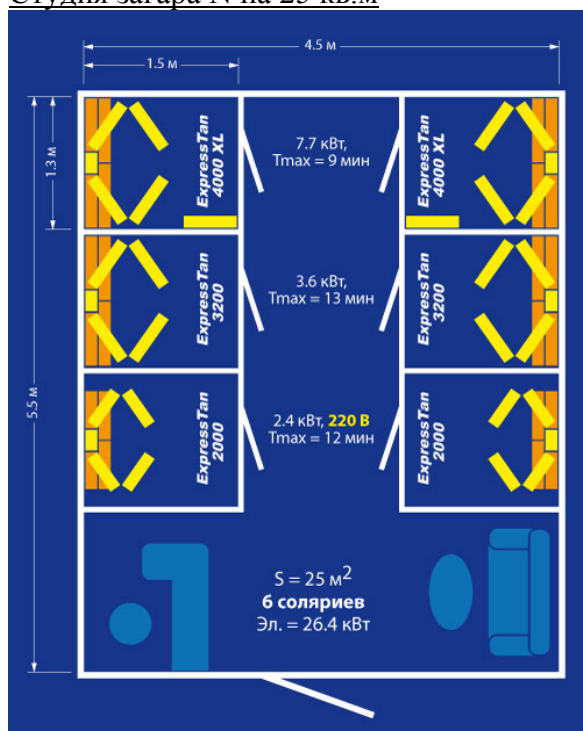
Для работы солярию N требуется комната размером всего 2 кв.м. Обычному вертикальному солярию требуется 5 кв.м, а на площади одного горизонтального солярия можно разместить 4 солярия N.

### Для сравнения:

Чтобы открыть студию загара на 6 обычных вертикальных соляриев, Вам потребуется минимум 47 кв.м. 6 соляриев N разместятся на 25-ти квадратных метрах.

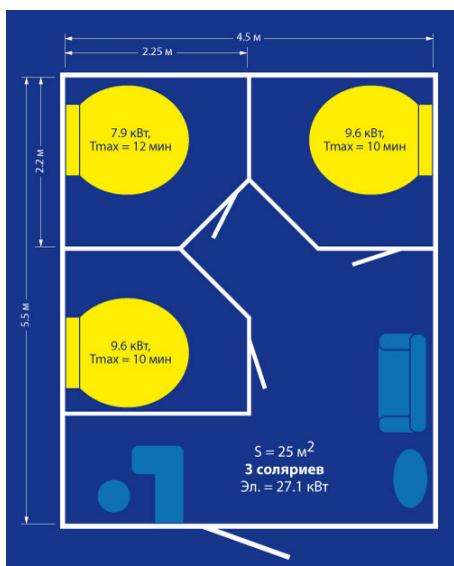
Технология WrapAround® позволяет снизить расходы на аренду помещения и получать больше прибыли с каждого квадратного метра.

### Студия загара N на 25 кв.м



На площади 25 кв.м можно разместить 6 соляриев N.  
Необходимое электричество: 26.4 кВт.

### Студия загара с европейскими соляриями на 25 кв.м



**На площади 25 кв.м можно поместить только 3 европейских солярия. Потребуется 27.1 кВт электричества.**

Технология WgarAround позволяет значительно сократить расходы на аренду. Больше прибыли с 1-го квадратного метра!

Один из основных недостатков продукции – оригинальный и нестандартный дизайн, что зачастую отпугивает клиентов, не имеющих ограничений по мощности и ориентированных на стандартный «капсульный» дизайн.

Риски:

1. В связи с растущим спросом на данное оборудование возможно расширение списка официальных дистрибьюторов, однако пока у нас есть условия эксклюзивности на территории Москвы и Московской области опасаться конкуренции не стоит.
2. Увеличение антипропаганды загара, инициированной производителями косметических средств для защиты от загара в естественных условиях (солнца).

Стимуляция сбыта продукции осуществляется в первую очередь методом “холодного” поиска клиентов. В нашем случае этот метод эффективен, т.к. позволяет сделать предложение тем директорам салонов, которые уже отчаялись подобрать проходящий по всем требованиям солярий.

Повышение узнаваемости марки благодаря интенсивной рекламе в интернете, участие в выставке ИнтерШарм, активные и дружелюбные менеджеры по продажам с агрессивными планами по реализации продукции, уникальность оборудования, организация выездов к заказчикам, а также ежедневные встречи в офисе и демонстрация оборудования в реальных условиях шоу-рума и студий загара клиентов уже купивших оборудование, безусловно смогут обеспечить стимулирование спроса на солярии.

Также, в своей работе компания использует инновационные маркетинговые инструменты – активное продвижение сайта, путем оптимизации по ключевым словам в сети Интернет, активное использование контекстной рекламы – Яндекс.Директ. Также используем рекламу в специализированных изданиях для салонов красоты – журналы “Красивый Бизнес”, “Солнечный мир”.

## 5. Производственный план

*В операционном плане описывается основная деятельность компании. План основной деятельности, предусмотренной проектом, опирается на прогноз объема сбыта продукции или услуг, который, в свою очередь, основывается на результатах исследования рынка. Для правильного описания издержек необходимы данные о технологии производства: потребности в материалах, нормировании труда, стоимости ресурсов, потребляемых в производстве, а также прогноз ценовых тенденций на эти ресурсы.*

*Дополнительно раскройте ценовую политику и поясните, какие условия взаиморасчетов с клиентами планируется осуществлять. Итогом этого раздела, может быть, прогнозный расчет выручки от продаваемой продукции или от объема оказываемых услуг.*

*Охарактеризуйте, какой персонал Вы будете привлекать. Приведите данные по затратам на заработную плату нанимаемого персонала.*

Менеджер по работе с клиентами методом “холодного” поиска или путем принятия “входящего” звонка привлекает нового клиента. После обсуждения всех вопросов клиент приглашается в шоу-рум для просмотра и апробирования оборудования. Как правило, половина из пришедших в шоу – рум становятся нашими покупателями.

После чего подписывается договор купли-продажи оборудования. Работает наша компания на условиях 100% предоплаты. В течение трех дней после поступления денег менеджер организывает и осуществляет доставку оборудования клиенту со склада импортера оборудования в Москве, привлекая при этом транспортную компанию, с которой мы работаем на постоянных условиях.

В этот же, либо на следующий день, на место установки оборудования выезжает наш технический директор с привлеченными помощниками для монтажа оборудования и его запуска.

Каждому клиенту при покупке солярия, помимо инструкции и сертификатов, мы даем рекомендации по определению фототипа кожи загорающих, расписание загара для каждого из фототипов, набор косметики и аксессуаров для загара: в первую очередь – для начала работы в тот же день, во вторую – для стимулирования спроса на эту продукцию.

В настоящее время помещений, оборудования, и персонала достаточно для полноценной реализации проекта.

Сотрудники:

- Генеральный директор
- Директор по продажам и маркетингу
- Менеджер по продажам
- Технический директор

Количество созданных рабочих мест на настоящий момент составляет 4, также планируем два рабочих мест для студентов старших курсов и молодежи в отделе технического обслуживания и отделе продаж до конца 2010 года.

Общая стоимость проекта составляет 825 379 рублей, из них 350 000 рублей – средства Департамента поддержки и развития малого и среднего предпринимательства г. Москвы, а 475 379 рублей – собственные средства. Срок окупаемости проекта составляет

10 месяцев. Срок возврата субсидии в бюджет в виде налоговых платежей составляет 18 месяцев.

Структура расходов следующая:

№ п/п	Наименование	Цена единицы, руб.	Кол-во, единиц	Сумма, рублей
1	Солярий N 2000	186 420	1	186 420
2	Солярий N 4000	342 420	1	342 420
3	Арендная плата с ноября 2009 по июль 2010 включительно	15 600	9	140 400
4	Депозитный взнос согласно договору субаренды	15 600	1	15 600
5	Подключение 1 городского телефонного номера с 2-мя телефонными линиями	9 750	1	9 750
6	Поключение к сети Интернет	4 350	1	4 350
7	Кассовый аппарат	14 500	1	14 500
8	Клавиатура	166	1	166
9	Монитор 17 дюймов	5 040	2	10 080
10	Мышь проводная	118	1	118
11	Нетбук	11 590	1	11 590
12	Компьютерный блок	9 270	1	9 270
13	Принтер лазерный МФУ	5 620	1	5 620
14	Телефонные аппараты	820	2	1 640
15	Мебель офисная (2 стола, 4 стула, 2 тумбы, стеллаж)	18 554	1	18 554
16	Крем для загара в солярии Fiji Blend	99,46	496	49329
17	Аксессуары для загара в солярии от производителя "Уан Тач"	72,4	77	5 572
	<b>Итого:</b>			<b>825 379</b>

## 6. Календарный план

*В календарном плане необходимо составить календарный график начальных капитальных вложений и подготовительных работ. Описать этапы работ, указать ресурсы, необходимые для выполнения этих этапов и их стоимость. В наглядного представления этапов работ, можно приложить Диаграмму Ганта.*

№ п/п	Наименование этапа проекта	Дата начала	Дата окончания	Стоимость этапа
1	Оплата аренды помещения и депозитного взноса	ноя.09	июль.10	156 000 руб
2	Покупка мебели, оснащение помещения	окт.09	ноя.09	18 554 руб
3	Техническое оснащение офиса - покупка компьютеров, телефонов, МФУ	окт.09	ноя.09	38 484 руб
4	Подключение к телефонной сети	ноя.09	ноя.09	9 750 руб
5	Покупка кассового аппарата	дек.09	январ.10	14 500 руб
6	Подключение к сети Интернет - выделенная линия (ранее использовалась беспроводная связь Интернет)	апр.10	май.10	4 350 руб
7	Покупка оборудования для шоу -рум	мар.10	май.10	528 840руб
8	Закупка расходных материалов для комплектаций отгрузок клиентам в июне-августе 2010 (кремы, аксессуары для загара)	апр.10	май.10	54 901 руб

**Итого: 825 379руб**

## 7. Финансовый план

Финансовый план предназначен для подготовки плана финансовой деятельности предприятия. Здесь можно описать условия привлечения финансовых ресурсов, порядок обслуживания задолженности и расчетов с акционерами.

После ввода данных инвестиционного, операционного и финансового плана происходит расчет финансовой модели, результаты отражаются в Отчете о прибылях и убытках, Отчете о движении денежных средств (далее Кэш - фло) и Баланс.

Потребность в капитале определяется на основании данных, отображаемых в Отчете о движении денежных средств ("Кэш-фло"). Баланс наличности представлен в последней строке таблицы "Кэш-фло" и демонстрирует прогнозируемое состояние расчетного счета предприятия в каждый момент его деятельности. Отрицательное значение остатка на расчетном счете в какой-либо период времени означает, что предприятие не располагает необходимой суммой денег для реализации проекта. В этой ситуации для осуществления задуманных планов необходимо обеспечить финансирование проекта из внешних источников.

Существует два основных вида источников финансирования:

- вклады инвесторов, претендующих на доходы предприятия;
- займы, полученные на условиях оплаты финансовых ресурсов и возврата их в установленный срок.

Выбор между акционерным и заемным капиталом определяется стратегией развития предприятия.

Финансовые средства планируется направить на частичное возмещение затрат на покупку оборудования для шоу-рум в офисе: **350 000 рублей**

Ранее вложено собственных средств – все, что указано в календарном плане – 825 379 рублей.

Финансовый прогноз составлен в соответствии со статьями расходов и предполагаемой выручкой на весь период реализации проекта. Расчеты произведены в рублях.

Согласно, финансовому прогнозу, сумма налогов нарастающим итогом достигнет суммы субсидии на 18 месяц от начала реализации проекта.

Загарный бизнес имеет сезонную тенденцию, летом люди уезжают в отпуска, к морю, загорают в естественных условиях и потребность загара в солярии ("искусственном солнце") минимальна, осенью у людей появляется потребность продлить жизнь полученного в отпуске загара и они идут в солярии. Сезонный пик приходится на весну, когда загорать на солнышке еще прохладно, а выглядеть хочется хорошо, да и организм требует больше солнца, наголодавшись по нему среди пасмурной зимы. Также, весной люди начинают готовить свое тело к лету, боясь выглядеть на пляже "бледной поганкой". Со всем вышеперечисленным и связан сезонный характер бизнеса в индустрии загара.

Расходы есть фиксированные, и переменные. Переменные расходы связаны количеством продаваемых соляриев.

Расходы	фиксированные	С октября 2010г.
Аренда	15600	
Зарплата	47000	59000



Телефон	1875	
Интернет	1700	
Реклама	15000	
<b>итого</b>	<b>93175</b>	
<b><i>Расходы</i></b>	<b><i>переменные</i></b>	
Транспорт	1600	1 шт
косметика в подарок	6000	1 шт
<b>итого</b>	<b>7600</b>	