

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/biznes-plan/250472>

Тип работы: Бизнес план

Предмет: Бизнес планирование (другое)

1. Резюме.....	3
2. Анализ положения дел в отрасли.....	6
3. Производственный план.....	9
4. План маркетинга.....	13
5. Организационный план.....	15
6. Финансовый план.....	16

1. Резюме

Каждый человек периодически делает фото на документы. Такие фотографии нужны при оформлении на работу, при поступлении в любое учебное заведение, при оформлении внутреннего и заграничного паспорта, пропусков, бейджей, медицинских справок, удостоверений личности, студенческих билетов и прочего. Сделать качественные фото, соответствующие всем условиям органов и учреждений, самостоятельно довольно сложно, поэтому потребность в услугах фотосалонов будет всегда. По оценкам специалистов, в будущем спрос на профессиональную съемку и фото сувениры будет продолжать расти. Такой бизнес не требует слишком высоких затрат и отличается высокой рентабельностью. Кроме того, вам необязательно быть фотографом и профессионально разбираться в этой сфере, дело достаточно легко организовать.

Целью настоящего бизнес-плана является открытие фотосалона «КАДР»

Для реализации поставленной цели потребуются решение следующих задач:

- Обоснование позиций на выбранном сегменте рынка и анализ конкурентной среды.
- Расчет прогнозируемых показателей на среднесрочную перспективу по показателю выручки.
- Обоснование рентабельности бизнес-плана как перспективного инвестиционного проекта.

Фотосалон (фотостудия, фотоателье) предоставляет услуги по профессиональной студийной съемке. Чаще всего это и сессии «от студии» (включая выездные) со штатными фотографами, и сдача помещения в почасовую аренду.

Масштаб бизнеса может разниться. Где-то это просто съемка на паспорт, а где-то в роскошных дизайнерских интерьерах работают настоящие фотохудожники. Мы будем разрабатывать план для бизнеса второго варианта, но более бюджетный.

Важное конкурентное преимущество – это качество фотоуслуги. Студийные и любительские фото легко различит на глаз даже совсем несведущий человек. Во-первых, снимает фотограф высокого уровня. Во-вторых, в студии идеальные условия для съемки: освещение, спецэффекты, декорации. Важно и то, что студийная съемка доступна в любых погодных условиях, в отличие от фотосессий на природе.

Целевая аудитория будет делиться на принципиально две разные группы фотографов и заказчиков услуг фотографов.

Арендуют помещение фотостудии практически всегда фотографы, они же и предлагают ее клиентам. Хотя при этом платят за аренду конечные заказчики.

Вторая часть целевой аудитории – частные лица. Практика показывает, что 50–60% этого сегмента – это девушки 18–30 лет. Они могут делать фото-сессии и по четыре раза в год. В целом ваш сегмент – повзрослевшие «миллениалы», семейные либо холостые мужчины и женщины от 18 до 35 лет, а также частично «иксеры» 40–50 лет. С их стороны существует устойчивый спрос на семейные и детские фотосессии.

Наконец, третья часть – корпоративный сектор, который заказывает студийную/выездную съемку сотрудников, а также съемку своей продукции (рестораны, производители бытовой техники, предметов интерьера и пр.). Не стоит недооценивать этот сегмент, поскольку он, во-первых, может дать вам большие и постоянные заказы, а во-вторых, существенно помочь с продвижением студии – тем, что она будет упоминаться в рекламе товаров или пиар-отчетах с мероприятий.

Открытие фотосалона требует регистрации в качестве ИП и определится с кодами ОКВЭД: 74.81 -

деятельность в области фотографии, 74.8 - предоставление различных видов услуг, в качестве дополнительных услуг продажу аксессуаров или ксерокопирование, также открывается ОКВЭД 52.4 - прочая розничная торговля в специализированных магазинах и 22.22 - полиграфическая деятельность, не включенная в другие группировки

Важность реализации настоящего бизнес-плана для заявителя и интересов жителей города является создание новых рабочих мест количестве 3 человека и насыщение рынка спроса потребителей на услуги.

Краткий инвестиционный план следующий:

Потребность в единовременных инвестициях в проект- 377 000,00 руб.,

Инвестиции планируются из собственных средств,

Размер текущих ежемесячных затрат – 95 000,00руб.,

Ожидаемая чистая прибыль в первый год – 4 123 000,00,

Ожидаемая чистая прибыль на второй год – 4 500 000,00,

Срок окупаемости проекта – 3 месяца,

Оборудования и мебель - будет приобретаться в собственность,

Помещения – будет взято в долгосрочную аренду,

Таблица 1. Инвестиции (тыс.руб.)

2. Анализ положения дел в отрасли

В настоящее время рынок фото услуг развивается достаточно высокими темпами, и, хотя повышенный интерес к услугам фото фирм начинает угасать, данный вид товаров всегда будет пользоваться популярностью, так как фото-графии стали неотъемлемой частью жизни любой семьи. Кроме того, в городе Х много памятников истории, а значит с развитием города будет расти спрос на фотографии, как со стороны населения, так и со стороны гостей города.

Потенциальными потребителями фирмы являются как постоянно проживающее население города Х, так и туристы, и гости города. Из всего населения города пользоваться услугами фирмы будут, вероятнее всего, молодежь и молодые семьи, а также прочее трудоспособное население в возрасте до 50-ти лет. В летний период (с конца мая до начала сентября) численность населения увеличивается за счет приезжих. Таким образом, целевым сегментом для фирмы являются все семьи и одинокие, кроме пенсионеров. Исходя из этого, можно приблизительно определить емкость рынка услуг проявки и печати фотографий.

Основными конкурентными преимуществами данного проекта является:

- использование нового высокопроизводительного оборудования;
- основной стратегией конкурентоспособности проектируемой фирмы будет комплексная стратегия по снижению цен, повышению качества и уровня обслуживания с целью проникновения на рынок и расширения объема продаж.
- снижение издержек за счет высокой производительности оборудования, повышение качества обслуживания и снижение цен.

Емкость рынка легко оценить по сервису поисковой статистики Яндекс Ворстат. Скажем, в московском регионе частота запросов со словом «фотостудия» – около 135 тыс. в месяц. Даже если отсеять нецелевые запросы, число потенциальных клиентов – 30-50 тысяч в месяц.

Емкость региональных рынков, конечно, меньше, но тоже весьма велика. Например, во Владимире и области запросы со словом «фотостудия» вводили 2,5

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/biznes-plan/250472>