

Название отчета	ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ПРОДУКТОВОГО МАГАЗИНА		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	5.09.2014		
Количество страниц	52 стр.		
Язык отчета	русский		
Стоимость (руб.)	24000 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	<p>Цель БП: Создание продовольственного магазина самообслуживания шаговой доступности.</p> <p>Бизнес - план содержит следующие основные блоки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана д Вашего проекта.</p> <p>Выдержки из БП: <i>Суть проекта</i> В расчете на душу населения оборот розничной торговли продуктами питания также растет. Так, в 2010 году оборот на душу населения составлял ...тыс. руб., а в 2013 тыс. руб. Прогнозное значение на 2014 год составит тыс. руб. при темпах роста%. Положительная динамика двух показателей говорит о ... По данным организаций розничной торговли основными факторами, ограничивающими их деятельность, остаются со стороны других организаций розничной торговли, высокий Цены в основном складываются по принципу «оптовая цена плюс наценка». Продуктовыми магазинами широко используется система скидок.</p> <p><i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i> Краткосрочная цель:</p> <p>Долгосрочная цель:</p> <p><i>Расчетные сроки проекта</i> Расчетный срок проекта – 5 лет (60 месяцев).</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	Введение	5
	2	1. Резюме проекта	6
	2.1	<i>Суть проекта</i>	6
	2.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
	2.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	6
	2.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
	2.5	<i>Стоимость проекта</i>	7
	2.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	7
	2.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	7
	2.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта</i>	7
	3	2. Анализ рынка	9

	3.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	9
	3.2	<i>Текущая ситуация</i>	9
	3.3	<i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	9
	3.4	<i>Общие данные о рынке</i>	10
	3.5	<i>Количественные показатели рынка</i>	10
	3.6	<i>Сегментация рынка</i>	13
	3.7	<i>Ценообразование на рынке</i>	13
	3.8	<i>Конкурентный анализ</i>	15
		Количественная и качественная характеристика	15
	3.8.1		15
	3.8.2	<i>Анализ политики продвижения</i>	16
	3.9	<i>Анализ потребителей</i>	16
	3.9.1	<i>Описание потребителей</i>	16
	3.9.2	<i>Потребительские предпочтения</i>	16
4		3. Описание товара	19
	4.1	<i>Определение товара</i>	19
	4.2	<i>Описание товара</i>	19
	4.3	<i>Принятая концепция ценообразования</i>	21
	4.4	<i>Перспективы развития товара</i>	21
	4.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров</i>	22
5		4. Маркетинговый план	24
	5.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	24
	5.2	<i>Ценовая политика</i>	24
	5.3	<i>Порядок осуществление продаж</i>	25
	5.4	<i>Концепция рекламы и PR</i>	25
6		5. План продаж	27
7		6. Производственная часть	29
	7.1	<i>Требования к поставщикам</i>	29
	7.2	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	30
	7.2.1	Амортизация основных средств	31
	7.3	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	32
	7.4	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	32
	7.5	<i>Оценка доходов</i>	33
	7.6	<i>6.1. Функциональное решение</i>	34
		Выбор и обоснование типа предприятия	34
	7.6.1		34
8		7. Организационно-управленческая структура	37
	8.1	<i>Организационная структура</i>	37
	8.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	37
	8.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	39
9		8. Финансовый план	41
	9.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	41
	9.2	<i>Объем финансирования</i>	41
	9.3	<i>Показатели эффективности проекта</i>	42
	9.4	<i>Основные формы финансовых расчетов</i>	43
	9.5	<i>Анализ чувствительности</i>	46

	9.5.1	Показатели эффективности проекта	46
	9.5.2	Основные параметры бизнес-плана:	47
	10	9. Организационный план осуществления проекта	49
	10.1	<i>План-график реализации проекта</i>	49
	11	10. Нормативная информация	50
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Оборот розничной торговли продуктами питания 2010-2013гг., 2014 – прогноз, трлн руб.</p> <p>Диаграмма 2. Оборот розничной торговли продуктами питания на душу населения 2010-2013гг., 2014 – прогноз, тыс. руб.</p> <p>Диаграмма 3. Доля оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в общем объеме оборота розничной торговли, 2010-2013гг, %</p> <p>Таблица 1. Основные показатели эффективности</p> <p>Таблица 2. Факторы, влияющие на отрасль</p> <p>Таблица 3. Цены на товары</p> <p>Таблица 4. План продаж</p> <p>Таблица 5. План продаж в натуральном выражении</p> <p>Таблица 6. Состав и стоимость основного оборудования</p> <p>Таблица 7. Срок службы основных фондов</p> <p>Таблица 8. Управленческие затраты в месяц, руб.</p> <p>Таблица 9. Коммерческие затраты в месяц, руб.</p> <p>Таблица 10. Прочие затраты, руб.</p> <p>Таблица 11. План по доходам на 1 год проекта, руб.</p> <p>Таблица 12. План по доходам на остальные годы проекта, руб.</p> <p>Таблица 13. Штатное расписание</p> <p>Таблица 14. Затраты на открытие</p> <p>Таблица 15. График окупаемости проекта, 1 и 2 год проекта, тыс. руб.</p> <p>Таблица 16. График окупаемости проекта, 3, 4 и 5 год проекта, тыс. руб.</p> <p>Таблица 17. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.</p> <p>Таблица 18. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.</p> <p>Таблица 19. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.</p> <p>Таблица 20. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.</p> <p>Таблица 21. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.</p> <p>Таблица 22. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.</p> <p>Схема 1. Организационная структура</p>		
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате		
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	БП продуктовый магазин.pdf		

Маркетинговое Агентство Step by Step 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 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

109004, г. Москва, Николаямский пер. д.3А, стр.2

Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, www.step-by-step.ru



Маркетинговое Агентство Step by Step 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 – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.**