|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план аптеки с финансовой моделью (выпуск 2)** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета | 28.11.2016 |
| Количество страниц | 127 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:** Создание аптеки, обеспечивающей население лекарственными средствами, биологически активными добавками, парафармацевтикой, изделиями медицинского назначения.  Аптека будет располагаться в спальном районе на первом этаже здания. Работать будет без выходных с 9:00 до 21:00.  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 Создание аптеки, обеспечивающей население лекарственными средствами, биологически активными добавками, парафармацевтикой, изделиями медицинского назначения. 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** | | | **6** | | 3 | **1. Резюме проекта** | | | **8** | |  | 3.1 | *Суть проекта* | | *8* | |  | 3.2 | *Долгосрочные и краткосрочные цели проекта* | | *8* | |  | 3.3 | *Расчетные сроки проекта* | | *8* | |  | 3.4 | *Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции* | | *9* | |  | 3.5 | *Стоимость проекта* | | *9* | |  | 3.6 | *Источники финансирования проекта* | | *9* | |  | 3.7 | *Выгоды и риски проекта* | | *9* | |  | 3.8 | *Ключевые экономические показатели эффективности проекта:* | | *10* | | 4 | **2. Описание услуги** | | | **11** | |  | 4.1 | *Определение товара* | | *12* | |  | 4.2 | *Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования* | | *12* | |  | 4.3 | *Требования к контролю качества* | | *12* | |  | 4.4 | *Перспективы развития аптеки* | | *13* | |  | 4.5 | *Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров* | | *13* | | 5 | **3. Анализ рынка** | | | **14** | |  | 5.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | | *14* | |  |  | 5.1.1 | Факторы, влияющие на отрасль | 14 | |  | 5.2 | *Общие данные о рынке* | | *15* | |  | 5.3 | *Основные показатели российского производства* | | *15* | |  | 5.4 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | | *16* | |  |  | 5.4.1 | Объем рынка | 16 | |  | 5.5 | *Прогноз развития рынка до 2020 года* | | *18* | |  | 5.6 | *Влияние сезонности на Рынок* | | *19* | |  | 5.7 | *Анализ внешней торговли* | | *20* | |  |  | 5.7.1 | Структура внешней торговли | 21 | |  |  | 5.7.2 | Импорт | 22 | |  |  | 5.7.3 | Экспорт | 24 | |  |  | 5.7.4 | Основные тенденции во внешней торговле | 26 | | 6 | **Сегментация рынка** | | | **28** | |  | 6.1 | *Сегментация товара* | | *28* | |  | 6.2 | *Ценообразование на рынке* | | *30* | |  |  | 6.2.1 | Ценовое сегментирование Продукции | 31 | |  |  | 6.2.2 | Тенденции в ценовых сегментах | 32 | |  |  | 6.2.3 | Государственная поддержка | 34 | |  | 6.3 | *Конкурентный анализ* | | *37* | |  |  | 6.3.1 | Производители Продукции | 37 | |  |  | 6.3.2 | Дистрибьюторы продукции | 38 | |  |  | 6.3.3 | Розничный сектор | 39 | | 7 | **Конкурентный анализ** | | | **40** | |  | 7.1 | *Конкуренция между крупнейшими производителями на рынке* | | *40* | |  |  | 7.1.1 | Основные производители | 40 | |  |  | 7.1.2 | Основные параметры конкуренции | 42 | |  |  | 7.1.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 42 | |  |  | 7.1.4 | Сравнительная характеристика основных производителей на рынке | 55 | |  |  | 7.1.5 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями | 61 | |  | 7.2 | *Конкуренция между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями* | | *63* | |  |  | 7.2.1 | Основные дистрибьюторы и оптовые компании | 63 | |  |  | 7.2.2 | Основные параметры конкуренции | 64 | |  |  | 7.2.3 | Описание профилей крупнейших компаний | 65 | |  |  | 7.2.4 | Сравнительная характеристика основных оптовых компаний на рынке | 70 | |  |  | 7.2.5 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими дистрибьюторами и оптовыми компаниями | 73 | |  | 7.3 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями розничного сектора* | | *75* | |  |  | 7.3.1 | Основные компании розничного рынка | 75 | |  |  | 7.3.2 | Описание профилей крупнейших компаний | 75 | |  |  | 7.3.3 | Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке | 81 | |  |  | 7.3.4 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими розничными компаниями | 84 | |  |  | 7.3.5 | Анализ политики продвижения | 85 | |  | 7.4 | *Анализ потребителей* | | *86* | |  | 7.5 | *Выбор и обоснование уникального достоинства продукции* | | *87* | | 8 | **4. Маркетинговый план** | | | **88** | |  | 8.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | | *88* | |  | 8.2 | *Ценовая политика* | | *89* | |  | 8.3 | *Порядок осуществление продаж* | | *89* | |  | 8.4 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | | *90* | | 9 | **5. План продаж** | | | **91** | |  | 9.1 | *Цены на конкретные виды товара* | | *91* | |  | 9.2 | *Организация сбыта. Каналы сбыта.* | | *92* | |  | 9.3 | *План продаж на весь расчетный период* | | *92* | | 10 | **6. Производственная часть** | | | **94** | |  | 10.1 | *Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги* | | *94* | |  | 10.2 | *Требования к поставщикам* | | *95* | |  | 10.3 | *Состав и стоимость оборудования* | | *95* | |  | 10.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | | *95* | |  | 10.5 | *Оценка затрат* | | *96* | |  |  | 10.5.1 | План по затратам | 98 | |  | 10.6 | *Оценка доходов* | | *101* | |  | 10.7 | *6.1. Функциональное решение* | | *103* | |  |  | 10.7 | Выбор и обоснование типа предприятия | 103 | | 11 | **7. Организационно-управленческая структура** | | | **104** | |  | 11.1 | *Организационная структура* | | *104* | |  | 11.2 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | | *104* | |  | 11.3 | *Затраты на оплату труда* | | *107* | | 12 | **8. Финансовый план** | | | **108** | |  | 12.1 | *Основные параметры расчетов* | | *108* | |  | 12.2 | *Объем финансирования* | | *108* | |  | 12.3 | *Показатели эффективности проекта* | | *109* | |  | 12.4 | *Основные формы финансовых расчетов* | | *112* | |  | 12.5 | *Анализ чувствительности* | | *119* | |  |  | 12.5.1 | Показатели эффективности проекта | 119 | | 13 | **9. Организационный план осуществления проекта** | | | **121** | |  | 13.1 | *План-график реализации проекта* | | *121* | | 14 | **10. Нормативная информация** | | | **122** | |  | 14.1 | *Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта* | | *122* | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Объем и темп роста производства лекарственных средств 2010-2015 гг., млрд. руб., %  Диаграмма 2. Объем производства лекарственных средств в разрезе федеральных округов, 2015 г., %  Диаграмма 3. Объем фармацевтического рынка 2008-2016 гг., млрд. руб., %  Диаграмма 4. Объем фармацевтического рынка в разрезе сегментов 2010-2015 гг., млрд. руб.  Диаграмма 5. Каналы сбыта продукции, %  Таблица 1. Ключевые показатели эффективности проекта  Таблица 2. Таможенные коды продукции  Таблица 3. Объем импорта и экспорта в 2015-2016 гг.  Таблица 4. Объем импорта лекарственных средств в 2015г.  Таблица 5. Объем импорта лекарственных средств в 2016г.  Таблица 6. Основные страны-импортеры лекарственных средств в 2016 (янв. –авг.) г.  Таблица 7. Объем экспорта лекарственных средств в 2015г.  Таблица 8. Объем экспорта лекарственных средств в 2016г.  Таблица 9. Основные страны-экспортеры лекарственных средств в натуральном и денежном выражении, 2016 (янв.-авг.) г.  Таблица 10. Рейтинг ТОП-10 корпораций-производителей ЛП по доле в аптечных продажах России (в стоимостном выражении) в июле-августе 2016г  Таблица 11. Рейтинг ТОП-10 корпораций-производителей ЛП по доле в аптечных продажах России (в стоимостном выражении) в августе 2015-2016г.  Таблица 12. Ключевые финансовые показатели концерна Bayer за 2014-2015 гг.  Таблица 13. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке  Таблица 14. Рейтинг ТОП-10 дистрибьюторов на фармацевтическом рынке  Таблица 15. Сравнительная характеристика основных оптовых компаний на рынке  Таблица 16. Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке  Таблица 17. ТОП-35 аптечных сетей с наибольшим средним чеком, руб.  Таблица 18. План загруза мощностей, %  Таблица 19. План продаж в натуральном выражении  Таблица 20. Схема работы аптеки  Таблица 21. Состав и стоимость основного оборудования, руб.  Таблица 22. Площадь помещений, кв.м  Таблица 23. Управленческие расходы, руб.  Таблица 24. Коммерческие расходы, руб.  Таблица 25. Прочие расходы, руб.  Таблица 26. План по расходам на первый год проекта, руб.  Таблица 27. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.  Таблица 28. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.  Таблица 29. План по доходам на первый год проекта, руб.  Таблица 30. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.  Таблица 31. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.  Таблица 32. Штатное расписание  Таблица 33. Инвестиционные затраты  Таблица 34. Затраты до выхода на безубыточность  Таблица 35. Расчет итоговой стоимости проекта  Таблица 36. Чистый денежный поток, 1 проекта, тыс. руб.  Таблица 37. График окупаемости проекта, 2 и 3 год проекта, тыс. руб.  Таблица 38. График окупаемости проекта, 4 и 5 год проекта, тыс. руб.  Таблица 39. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.  Таблица 40. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 41. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 42. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.  Таблица 43. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 44. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 45. Показатели эффективности проекта  Таблица 46. Анализ чувствительности проекта  Таблица 47. График реализации проекта  Схема 1. Географический охват  Схема 2. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП аптека 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.**