

Название отчета	ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНА КАНЦЕЛЯРСКИХ ТОВАРОВ (С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ)		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	31.07.2014		
Количество страниц	48 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 интернет-магазина по продаже канцелярских товаров.</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> Суть проекта заключается в запуске интернет-магазина по продаже канцелярских товаров в регионе с наибольшим спросом на нее (предпочтительно – города-миллионники). Предполагается, что торговля будет вестись через Интернет, при этом предприятие будет располагать небольшой торговой точкой, выполняющей роль шоу-рума и места реализации. Планируется, что компания будет специализироваться на выполнении заказов юридических лиц с применением высоких технологий, позволяющих автоматизировать и сократить срок выполнения поставок и минимизировать складские запасы, тем самым значительно уменьшив объем необходимых оборотных средств и повысив удовлетворенность клиентов.</p> <p>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта Краткосрочная цель:</p> <p>Долгосрочная цель:</p> <p>Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 3 года (36 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>	8
	3	2. Описание товара	9
	3.1	<i>Определение товара</i>	9

	3.2	<i>Сегментация товара</i>	9
		<i>Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования</i>	10
	3.3		
	3.4	<i>Перспективы развития товара</i>	10
		<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров</i>	11
	3.5		
4		3. Анализ рынка	12
	4.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	12
		4.1.1 Факторы, влияющие на отрасль	12
	4.2	<i>Общие данные о рынке</i>	13
		4.2.1 Объем рынка	13
	4.3	<i>Ценообразование на рынке</i>	13
	4.4	<i>Конкурентный анализ</i>	14
	4.5	<i>Анализ потребителей</i>	17
	4.6	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства услуги</i>	19
5		4. Маркетинговый план	20
	5.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	20
	5.2	<i>Ценовая политика</i>	20
	5.3	<i>Порядок осуществление продаж</i>	20
		<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	20
	5.4		
6		5. План продаж	21
7		6. Производственная часть	22
	7.1	<i>Описание процесса товародвижения.</i>	22
	7.2	<i>Требования к поставщикам</i>	22
	7.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	22
		7.3.1 Амортизация основных средств	23
	7.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	24
	7.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	24
	7.6	<i>Оценка доходов</i>	26
	7.7	<i>6.1. Функциональное решение</i>	28
		7.7.1 Выбор и обоснование типа предприятия	28
8		7. Организационно-управленческая структура	29
	8.1	<i>Организационная структура</i>	29
	8.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	29
	8.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	31
9		8. Финансовый план	32
	9.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	32
	9.2	<i>Объем финансирования</i>	32
	9.3	<i>Показатели эффективности проекта</i>	33
		<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)</i>	33
	9.4		
	9.5	<i>Основные формы финансовых расчетов (RUR)</i>	34
	9.6	<i>Анализ чувствительности</i>	46
		9.6.1 Показатели эффективности проекта	46
		9.6.2 Основные параметры бизнес-плана:	46
10		9. Организационный план осуществления проекта	48
	10.1	<i>План-график реализации проекта</i>	48

<p>Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков</p>	<p>Диаграмма 1. Динамика объема российского рынка канцелярских товаров в 2009-2013 гг. и прогноз на период 2014- 2015 гг. Диаграмма 2. Доли крупнейших игроков российского рынка канцелярских товаров в 2012 г., % Диаграмма 3. Структура численности активных потребителей канцтоваров в России по регионам в 2012 г., % Таблица 1. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль Таблица 2. Наиболее крупные игроки российского рынка канцелярских товаров Таблица 3. Состав и стоимость основного оборудования Таблица 4. Состав и стоимость офисного оборудования Таблица 5. Размер амортизационных отчислений в 1 году, руб. Таблица 6. Размер амортизационных отчислений во 2 году, руб. Таблица 7. Размер амортизационных отчислений в 3 году, руб. Таблица 8. Постоянные затраты в месяц, руб. Таблица 9. Переменные затраты в месяц, руб. Таблица 10. План по доходам (1 год), руб. Таблица 11. План по доходам (2 год), руб. Таблица 12. План по доходам (3 год), руб. Таблица 13. Штатное расписание Таблица 14. Основные параметры расчетов бизнес плана Таблица 15. Затраты на открытие, руб. Таблица 16. Инвестиционные затраты, руб. Таблица 17. Свод доходы-расходы 1 год, тыс. RUR Таблица 18. Свод доходы-расходы 2 год, тыс. RUR Таблица 19. Свод доходы-расходы 3 год, тыс. RUR Таблица 20. Бюджет движения денежных средств (Cash Flow) 1 год, тыс. RUR Таблица 21. Бюджет движения денежных средств (Cash Flow) 2 год, тыс. RUR Таблица 22. Бюджет движения денежных средств (Cash Flow) 3 год, тыс. RUR Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках 1 год, руб. Таблица 24. Отчет о прибылях и убытках 2 год, руб. Таблица 25. Отчет о прибылях и убытках 3 год, руб. Таблица 26. Показатели эффективности проекта Таблица 27. Показатели эффективности проекта при увеличении среднемесячной расчетной заработной платы на 1% Таблица 28. Показатели эффективности проекта при уменьшении средней стоимости товара на 1% Таблица 29. График реализации проекта Схема 1. Организационная структура</p>
<p>Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)</p>	<p>В печатном/ электронном формате</p>
<p>Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)</p>	<p>БП интернет магазина канцтоваров.pdf</p>

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 специализируется на следующих сегментах рынка:

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



- 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.