

Название отчета	<b>ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА НАРУЧНЫХ ЧАСОВ (С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ)</b>		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	20.08.2014		
Количество страниц	53 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><b>Цель БП: Создание магазина наручных часов.</b></p> <p>Бизнес - план содержит следующие основные блоки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описание товара/услуги</li> <li>2. Анализ рынка</li> <li>3. Маркетинговый план</li> <li>4. План продаж</li> <li>5. Производственная часть</li> <li>6. Организационно-управленческая структура</li> <li>7. Финансовый план</li> <li>8. Организационный план осуществления проекта</li> <li>9. Нормативная информация</li> </ol> <p>Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана д Вашего проекта.</p> <p><b>Выдержки из БП:</b> <i>Суть проекта</i> Данный бизнес-план разработан для людей, желающих открыть собственный бизнес, связав свою деятельность с розничной торговлей наручными часами.. В данной работе дано подробное описание всех экономических показателей данного проекта, а также описаны основные мероприятия, которые должны быть сделаны организатором бизнеса. Бизнес-план разработан <b>с учётом влияния кризисных явлений</b> и, как следствие, даёт возможность создания магазина наручных часов с хорошими перспективами развития. К данному бизнес-плану прилагается уже заполненная <b>финансовая модель</b>, в которой демонстрируются все произведённые расчеты. Кроме того, модель <b>позволяет корректировать бизнес-процессы</b> непосредственно во время создания данного бизнеса и его дальнейшего функционирования и развития. <b>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</b> <b>Краткосрочная цель:</b> .....</p> <p><b>Долгосрочная цель:</b> .....</p> <p><b>Расчетные сроки проекта</b> Расчетный срок проекта – 5 лет (60 месяцев).</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	<b>Введение</b>	<b>5</b>
	2	<b>1. Резюме проекта</b>	<b>6</b>
	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	<b>2. Описание товара</b>	<b>9</b>
	3.1 <i>Классификация часов</i>	9
	3.2 <i>Сегментация часов</i>	11
	3.2.1 Сегментация по технологическому критерию	11
	3.2.2 Сегментация по видам механизмов	12
	3.2.3 Сегментация по материалу корпуса часов	13
	3.2.4 Сегментация рынка по стране производства	15
	3.3 <i>Перспективы развития товара</i>	15
4	<b>3. Анализ рынка</b>	<b>16</b>
	4.1 <i>Анализ положения дел в отрасли</i>	16
	4.1.1 Текущая ситуация в отрасли	16
	4.1.2 Факторы, влияющие на отрасль	17
	4.2 <i>Основные количественные показатели рынка</i>	17
	4.2.1 Сегментация рынка	19
	4.3 <i>Ценообразование на рынке</i>	20
	4.4 <i>Конкурентный анализ</i>	21
	4.4.1 Розничные сети	21
	4.4.2 Производители продукции	22
	4.4.3 Анализ политики продвижения	23
	4.5 <i>Анализ потребителей</i>	24
	4.5.1 Описание потребителей	24
	4.5.2 Потребительские предпочтения	24
5	<b>4. Маркетинговый план</b>	<b>26</b>
	5.1 <i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	26
	5.2 <i>Ценовая политика</i>	26
	5.3 <i>Порядок осуществление продаж</i>	27
	5.4 <i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	28
6	<b>5. План продаж</b>	<b>30</b>
7	<b>6. Производственная часть</b>	<b>32</b>
	7.1 <i>Состав и стоимость оборудования</i>	32
	7.1.1 Амортизация основных средств	32
	7.2 <i>Закупки товара</i>	33
	7.3 <i>Требования к поставщикам</i>	34
	7.4 <i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	34
	7.5 <i>Оценка затрат</i>	35
	7.6 <i>Оценка доходов</i>	36
	7.7 <i>б.1. Функциональное решение</i>	38
	7.7.1 Выбор и обоснование типа предприятия	38
8	<b>7. Организационно-управленческая структура</b>	<b>40</b>
	8.1 <i>Организационная структура</i>	40
	8.2 <i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	40
	8.3 <i>Затраты на оплату труда</i>	40
9	<b>8. Финансовый план</b>	<b>42</b>

	9.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	42
	9.2	<i>Объем финансирования</i>	42
	9.3	<i>Основные формы финансовых расчетов</i>	43
	9.4	<i>Основные формы бухгалтерской отчетности</i>	44
	9.5	<i>Анализ чувствительности</i>	49
	9.5.1	Показатели эффективности проекта	49
	9.5.2	Основные параметры бизнес-плана:	49
	10	<b>9. Организационный план осуществления проекта</b>	<b>51</b>
	10.1	<i>План-график реализации проекта</i>	51
	11	<b>10. Нормативная информация</b>	<b>52</b>
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Динамика оборотов розничной торговли в 2013-2014 гг., млрд. руб.                  Диаграмма 2. Динамика розничных продаж наручных часов, темпы роста и прогноз на 2014 год, млрд. руб.                  Таблица 1. Ключевые экономические показатели эффективности проекта                  Таблица 2. Положительные и отрицательные тенденции, влияющие на отрасль                  Таблица 3. Динамика розничных продаж бытовых часов в России, 2007-2013 гг.                  Таблица 4. Динамика розничных продаж наручных часов в России, 2007-2013 гг.                  Таблица 5. Формирование цены на товар                  Таблица 6. Цена на товар, руб.                  Таблица 7. Расшифровки меток                  Таблица 8. План продаж на старте проекта                  Таблица 9. Состав и стоимость основного оборудования                  Таблица 10. Сроки использования основных средств и размер амортизационных отчислений                  Таблица 11. Объем закупок товара, шт.                  Таблица 12. Коммерческие расходы, руб.                  Таблица 13. Управленческие расходы, руб.                  Таблица 14. Иные расходы, руб.                  Таблица 15. План по доходам на 1 год проекта, руб.                  Таблица 16. План по доходам на остальные годы проекта, руб.*                  Таблица 17. Штат компании                  Таблица 18. Штат компании                  Таблица 19. Затраты на открытие                  Таблица 20. Чистый денежный поток (1 год), руб.                  Таблица 21. Чистый денежный поток (2 - 3 год), руб.                  Таблица 22. Чистый денежный поток (4 - 5 год), руб.                  Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.                  Таблица 24. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.                  Таблица 25. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.                  Таблица 26. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.                  Таблица 27. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.                  Таблица 28. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.                  Таблица 29. Показатели эффективности проекта                  Таблица 30. Показатели эффективности проекта при удорожании аренды на 1%                  Таблица 31. Показатели эффективности проекта при увеличении ФОТ персонала на 1%                  Таблица 32. Показатели эффективности проекта при снижении цены на товары на 1%                  Схема 1. Структура ценообразования на рынке наручных часов</p>		
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате		
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	БП наручных часов.pdf		

# 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](http://www.step-by-step.ru)



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:

- 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.**