

Название отчета	ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН МАГАЗИНА ДЕТСКОЙ ОБУВИ																																											
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step																																											
Дата выхода отчета	19.11.2012																																											
Количество страниц	62 стр.																																											
Язык отчета	русский																																											
Стоимость (руб.)	24 000 руб.																																											
<p>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>	<p>Цель БП: создание магазина детской обуви.</p> <p>Бизнес - план содержит следующие основные блоки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описание рассматриваемого рынка 2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса 3. План сбыта 4. Производственная часть 5. Организационная структура предприятия 6. Финансовый план 7. Нормативная база <p>Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта.</p> <p>Выдержки из БП:</p> <p><i>Суть проекта</i> Создание магазина детской обуви, общей площадью 70 кв.м. Приоритет среди марок, представленных в магазине, будет отдаваться российским производителям.</p> <p>Российский рынок товаров для детей в 2011 году вырос на ...%, по данным Ассоциации предприятий индустрии детских товаров. Рынок продолжает рост.</p> <p>Себестоимость продукции, продаваемой в розничных сетях, формируется с учетом дополнительных расходов.</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>																																											
<p>Подробное оглавление/содержание отчета</p>	<table border="0"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td>Введение</td> <td style="text-align: right;">5</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">2</td> <td>Список используемых терминов</td> <td style="text-align: right;">6</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">3</td> <td>Резюме проекта</td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3.1 <i>Суть проекта</i></td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3.2 <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i></td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3.3 <i>Расчетные сроки проекта</i></td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3.4 <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i></td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3.5 <i>Стоимость проекта</i></td> <td style="text-align: right;">8</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3.6 <i>Источники финансирования проекта</i></td> <td style="text-align: right;">8</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3.7 <i>Выгоды и риски проекта</i></td> <td style="text-align: right;">8</td> </tr> <tr> <td></td> <td>3.8 <i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i></td> <td style="text-align: right;">8</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">4</td> <td>Описание товара</td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4.1 <i>Определение товара</i></td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> <tr> <td></td> <td>4.2 <i>Сегментация товара</i></td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> </table>		1	Введение	5	2	Список используемых терминов	6	3	Резюме проекта	7		3.1 <i>Суть проекта</i>	7		3.2 <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	7		3.3 <i>Расчетные сроки проекта</i>	7		3.4 <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	7		3.5 <i>Стоимость проекта</i>	8		3.6 <i>Источники финансирования проекта</i>	8		3.7 <i>Выгоды и риски проекта</i>	8		3.8 <i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	8	4	Описание товара	9		4.1 <i>Определение товара</i>	9		4.2 <i>Сегментация товара</i>	9
1	Введение	5																																										
2	Список используемых терминов	6																																										
3	Резюме проекта	7																																										
	3.1 <i>Суть проекта</i>	7																																										
	3.2 <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	7																																										
	3.3 <i>Расчетные сроки проекта</i>	7																																										
	3.4 <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	7																																										
	3.5 <i>Стоимость проекта</i>	8																																										
	3.6 <i>Источники финансирования проекта</i>	8																																										
	3.7 <i>Выгоды и риски проекта</i>	8																																										
	3.8 <i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	8																																										
4	Описание товара	9																																										
	4.1 <i>Определение товара</i>	9																																										
	4.2 <i>Сегментация товара</i>	9																																										

	4.3	<i>Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования</i>	9
	4.4	<i>Перспективы развития товара</i>	9
	4.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров</i>	10
5		Анализ рынка	11
	5.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	11
	5.1.1	<i>Текущая ситуация в отрасли</i>	11
	5.1.2	<i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	13
	5.2	<i>Общие данные о рынке</i>	13
	5.2.2	<i>Объемы и емкость рынка</i>	13
	5.3	<i>Темпы роста</i>	15
	5.4	<i>Сегментация рынка</i>	15
	5.5	<i>Ценообразование на рынке</i>	17
	5.5.1	<i>Скидки</i>	18
	5.6	<i>Конкурентный анализ</i>	20
	5.6.1	<i>Тенденции основных производителей продукции</i>	23
	5.7	<i>Анализ потребителей</i>	26
	5.8	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	28
6		Маркетинговый план	29
	6.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	29
	6.2	<i>Ценовая политика</i>	29
	6.3	<i>Порядок осуществление продаж</i>	29
	6.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	30
7		План продаж	31
	7.1	<i>Цены на конкретные виды товара</i>	31
	7.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	31
	7.3	<i>План продаж на весь расчетный период.</i>	31
8		Основной бизнес-процесс.	33
	8.1	<i>Описание основного бизнес-процесса.</i>	33
	8.2	<i>Требования к поставщикам</i>	33
	8.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	34
	8.3.1	<i>Амортизация основных средств</i>	34
	8.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	34
	8.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	35
	8.6	<i>Оценка доходов</i>	37
	8.7	<i>Функциональное решение</i>	38
	8.7.1	<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	38
9		Организационно-управленческая структура	39
	9.1	<i>Организационная структура</i>	39
	9.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	39
	9.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	40
10		Финансовый план	42
	10.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	42

	10.2	Объем финансирования	42
	10.3	Основные формы финансовых расчетов	43
	10.4	Анализ чувствительности	48
	10.4.1	Показатели эффективности проекта	48
	10.4.2	Основные параметры бизнес-плана:	48
	11	Организационный план осуществления проекта	50
	11.1	План-график реализации проекта	50
	12	Список приложений	51
		Приложение 1 Постановление Правительства Российской Федерации от 7 апреля 2009 г. N 307 г. Москва "Об утверждении технического регламента о безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков"	51
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	Диаграмма 1. Динамика объема российского рынка детских товаров, 2008-2012 гг., млрд. руб. Диаграмма 2. Объем рынка детской обуви, 2010-2015 гг., млрд.руб. Таблица 1. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль Таблица 2. Сравнительный анализ производителей конкурентов Таблица 3. Цены на конкретные позиции товаров Таблица 4. План продаж, часть 1, шт. Таблица 5. План продаж, часть 2, шт. Таблица 6. Состав и стоимость основного оборудования, руб. Таблица 7. Площади необходимых помещений. Таблица 8. Постоянные затраты в месяц, руб. Таблица 9. Переменные затраты в месяц, руб. Таблица 10. План по доходам на весь расчетный период, руб. Таблица 11. Штатное расписание Таблица 12. Затраты на открытие Таблица 13. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы Таблица 14. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 1) Таблица 15. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 2), руб. Таблица 16. Отчет о прибылях и убытках (часть 1), руб. Таблица 17. Отчет о прибылях и убытках (часть 2), руб. Таблица 18. График реализации проекта		
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате		
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГБП_ТБП_МДО 2012.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 специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ – рынок

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 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.