

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЕ МАГАЗИНА ПО ПРОДАЖЕ СУМОК И КОЖГАЛАНТЕРЕЙНЫХ ИЗДЕЛИЙ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. ГК Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения ГК Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
август 2011 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



Содержание

Аннотация.....	3
<i>Суть проекта</i>	<i>3</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	<i>3</i>
<i>Расчетные сроки проекта</i>	<i>4</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	<i>4</i>
<i>Стоимость проекта</i>	<i>4</i>
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	<i>4</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>4</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:.....</i>	<i>5</i>
Полное содержание исследования	6
<i>Список диаграмм</i>	<i>7</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>8</i>
<i>Список схем</i>	<i>9</i>
Выдержки из исследования.....	10

АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие магазина по продаже сумок и кожгалантерейных изделий

К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

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

Предлагаемый бизнес-план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

СУТЬ ПРОЕКТА

Открытие магазина по продаже сумок и кожгалантерейных изделий. В основе концепции магазина сумок лежит создание мультибрендового магазина, представляющего известные российские и зарубежные торговые марки, нацеленного на покупателей со средним уровнем дохода. Расположение магазина предполагается в крупном торговом центре или легкодоступном помещении в нижних этажах жилых домов. Площадь помещения необходима в 50 кв. м.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочная цель: открытие магазина по продаже сумок и кожгалантерейных изделий, привлечение покупателей, получение прибыли.

Долгосрочная цель: Открытие собственного производства, расширение ассортимента продукции и возможных оказываемых услуг.

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

Продукт - Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента, на первом этапе ставка будет сделана на качество и ассортимент товаров, высокий уровень консультантов-продавцов, продажу сопутствующих товаров.

Цена - При формировании цены на товары магазина ориентиром будут служить цены конкурентов аналогичного формата, а также будет учитываться уровень платежеспособности целевой аудитории магазина.

Сбыт – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения.

Продвижение – В качестве рекламы будут использоваться **вывеска** на здании, где будет расположен магазин, а также печать рекламных листовок. Главной целью рекламы на первом этапе является информирование потенциальных потребителей об открытии магазина сумок с указанием уникальных достоинств компании.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Объем необходимых инвестиций - **4 904 412 руб.**

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды: ...

Риски: ...

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА:

- Период окупаемости – ...мес.
 - Дисконтированный период окупаемости (ставка дисконтирования – 15% годовых) –... мес.
- Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта 36 месяцев (ставка дисконтирования – 15% годовых) – ... руб.
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта 36 месяцев **IRR (год) – ...% , IRR (месяц) – ...%**.

Кол-во страниц: 54 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 6 диаграмм, 22 таблицы, 1 схема

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Резюме проекта	6
1.1 <i>Суть проекта</i>	6
1.2 <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
1.3 <i>Расчетные сроки проекта</i>	6
1.4 <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
1.5 <i>Стоимость проекта</i>	7
1.6 <i>Источники финансирования проекта</i>	7
1.7 <i>Выгоды и риски проекта</i>	7
<i>Ключевые экономические показатели эффективности</i>	
1.8 <i>проекта:</i>	7
2. Описание товара/услуги	8
2.1 <i>Определение товара/услуги</i>	8
2.2 <i>Сегментация товара/услуги</i>	8
2.2.1 <i>Сегментирование по функциональным качествам</i>	8
2.2.2 <i>Сегментирование в зависимости от внешнего вида</i>	9
<i>Сегментирование в зависимости от материала</i>	
2.2.3 <i>изготовления</i>	9
<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция</i>	
2.3 <i>ценообразования</i>	11
2.4 <i>Перспективы развития товара/услуги</i>	12
<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка</i>	
2.5 <i>товаров/услуг</i>	12
3. Анализ рынка	14
3.1 <i>Анализ положения дел в отрасли</i>	14
3.1.1 <i>Текущая ситуация в отрасли</i>	14
3.1.2 <i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	16
3.2 <i>Общие данные о рынке</i>	17
3.2.1 <i>Объемы и емкость рынка</i>	17
3.3 <i>Темпы роста</i>	19
3.4 <i>Конкурентный анализ</i>	20
3.4.1 <i>Тенденции основных производителей продукции</i>	20
3.4.2 <i>Анализ политики продвижения</i>	21
3.5 <i>Анализ потребителей</i>	22
4. Маркетинговый план	25
4.1 <i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	25
4.2 <i>Ценовая политика</i>	25

4.3	<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	26
4.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	26
5. План продаж		29
5.1	<i>План продаж на весь расчетный период.</i>	30
6. Производственная часть		33
<i>Описание производственного процесса. Технологическая</i>		
6.1	<i>схема производства продукции / организации услуги</i>	33
6.2	<i>Требования к поставщикам</i>	35
6.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	35
6.3.1	<i>Амортизация основных средств</i>	36
6.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	37
6.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	37
6.6	<i>Оценка доходов</i>	39
6.7	<i>Функциональное решение</i>	40
6.7.1	<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	40
7. Организационно-управленческая структура		43
7.1	<i>Организационная структура</i>	43
7.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	43
7.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	44
8. Финансовый план		46
8.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	46
8.2	<i>Объем финансирования</i>	46
8.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	47
<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта</i>		
8.4	<i>(инвестиционные затраты)</i>	48
8.5	<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	49
8.6	<i>Анализ чувствительности</i>	51
8.6.2	<i>Показатели эффективности проекта</i>	51
8.6.2	<i>Основные параметры бизнес-плана:</i>	51
9. Организационный план осуществления проекта		53
9.1	<i>План-график реализации проекта</i>	53
10. Нормативная информация		54

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Средние цены на сумки в 2008-2010 гг., руб.

Диаграмма 2. Рост цены на сумки в 2011 году по сравнению с 2010 годом,
%

Диаграмма 3. Производство чемоданов, портфелей, рюкзаков в 2007-2009 гг., тыс. шт.

Диаграмма 4. Производство сумок в 2007-2009 гг., тыс. штук

Диаграмма 5. Производство чемоданов, сумок дамских и аналогичных изделий из любого материала в 2010 году, штук

Диаграмма 6. Темпы роста производства сумок в 2011 г., %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Материалы, используемые при производстве сумок

Таблица 2. Основные производители и торговые компании

Таблица 3. Стоимость реализуемой продукции, руб.

Таблица 4. Схема распространения товара

Таблица 5. Факторы микросреды влияющие на сбыт:

Таблица 6. Факторы макросреды, влияющие на сбыт

Таблица 7. План продаж магазина по продаже сумок и кожгалантерейных изделий (часть 1)

Таблица 8. План продаж магазина по продаже сумок и кожгалантерейных изделий (часть 2)

Таблица 9. План продаж магазина по продаже сумок и кожгалантерейных изделий (часть 3)

Таблица 10. Состав и стоимость основного производственного оборудования

Таблица 11. Состав и стоимость офисного оборудования

Таблица 12. Сроки использования основных средств и размер амортизационных отчислений

Таблица 13. Постоянные затраты в месяц, руб.

Таблица 14. Переменные затраты в месяц, руб.

Таблица 15. Штатное расписание

Таблица 16. Затраты на открытие

Таблица 17. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы

Таблица 18. Инвестиционные затраты

Таблица 19. Отчет о прибылях и убытках (часть 1)

Таблица 20. Отчет о прибылях и убытках (часть 2)

Таблица 21. Отчет о прибылях и убытках (часть 3)

Таблица 22. График реализации проекта

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Организационная структура

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

Сумка – это приспособления для переноски или ношения чего-нибудь в виде сделанного из какого-либо материала вместителя любой формы.

Сумки бывают большие и маленькие, летние и зимние, жесткие и мягкие, повседневные и парадные. Термин «сумка» вошел в употребление в 1900 году.

Основные типы сумочек:

- Hobo – миниатюрная наплечная сумка в форме полумесяца с одной ручкой;
- Duffle – длинная спортивная наплечная сумка, часто расширяющаяся сверху;
- Messenger – вместительная мягкая сумка через плечо, часто с длинными лямками;
- Field bag – наплечная сумка спортивно-походного типа с плоским верхом. Закрывается сумка может с помощью застежек, кнопок или защелок;
- Clutch – небольшая плоская сумочка без ручек;
- Satchel – вместительная сумка без ручек типа «ранец»;
- Baguette – сумка, напоминающая французский багет, продолговатой и закругленной формы с одной короткой ручкой;
- Tote – объемная вместительная сумка с ручками и открытым верхом;
- Cigar Box – маленькая твердая сумочка в виде коробки;
- Pouch – небольшая мягкая сумка;
- Kelly bag – вместительная сумка с подчеркнутыми застежками;
- Jelly Kelly – вместительная резиновая пляжная сумка яркой расцветки.

СЕГМЕНТАЦИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПО ФУНКЦИОНАЛЬНЫМ КАЧЕСТВАМ

По функциональным качествам разнообразие сумок сегментируется следующим образом:

- ...
- ...
- ...
- ...

Таблица 22. МАТЕРИАЛЫ, ИСПОЛЗУЕМЫЕ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ СУМОК

Материал	Достоинство	Недостатки	Уход
	•	•	<ul style="list-style-type: none"> • Специализированные химчистки; • Регулярная обработка кремами для изделий из кожи.
			Загрязнения удалять с использованием моющих средств для синтетических тканей
		•	Химчистка, ручная стирка при температуре 30-40 градусов
	•	•	Специализированные химчистки
			Специализированные химчистки
			Загрязнения удалять с использованием моющих средств для синтетических тканей
	•	•	Ручная стирка и щадящая режим машинной стирки
	•	•	Стирка теплой водой
	•	•	Изделие можно обрабатывать моющими средствами
	•	•	Можно обрабатывать моющими средствами

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

На российском рынке сумок наметилась тенденция увеличения спроса в среднем ценовом сегменте.

...

...

3. АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

Легкая промышленность – это отрасль по производству товаров народного потребления, которая должна обеспечивать потребности населения страны. Главная задача легкой промышленности заключается в удовлетворении растущих потребностей всех слоев населения. Легкая промышленность влияет на общую экономическую ситуацию в стране, потому что, во-первых, это отрасль с быстрой оборачиваемостью капитала; во-вторых, ее технологический цикл втягивает в свою сферу сельское хозяйство, химическую промышленность и другие отрасли. В состав кожевенно-обувной промышленности входит и кожгалантерейная промышленность. На предприятиях кожгалантерейной промышленности выпускаются сумки, перчаточные-рукавичные изделия, футляры, спортивные мячи и другие изделия из кожгалантереи. Основные центры производства сосредоточены в Москве и Санкт-Петербурге.

...

...

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ТЕНДЕНЦИИ ОСНОВНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРОДУКЦИИ

Основными игроками на российском рынке кожгалантереи, несомненно, являются отечественные производители, выпускающие качественную продукцию с широким ассортиментом в среднем ценовом сегменте. В этом же ценовом сегменте видны и перспективы развития российского рынка, так как европейские товары, продающиеся на нашем рынке, ориентированы, в основном, на премиум-класс, а ширпотреб низкого качества, превалявавший на рынке некоторое время назад, практически иссяк. Наибольшая часть потребителей на сегодняшний день предпочитает качество низкой цене, а этим требованиям как раз отвечают товары отечественных производителей.

Таблица 23. Основные производители и торговые компании

Торговая сеть	Специализация	Ценовой сегмент	Количество магазинов
---------------	---------------	-----------------	----------------------

...

...

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Одним из основных достоинств открытия магазина по продаже сумок являются более низкие цены на качественную продукцию по сравнению с конкурентами в розничной торговле за счет ...

ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД.

Таблица 24. План продаж магазина по продаже сумок и кожгалантерейных изделий (часть 1)

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Кожаные женские сумки				
Женские сумки кожзам				
Женские сумки текстильные				
Женские сумки пляжные				
Женские сумки вечерние				
Мужские сумки				
Портфели				
Кейсы				
Чемоданы				
Рюкзак кожаный				
Рюкзак кожзам, текстильный				
Сумки хозяйственные на колесиках				
Сумки для ноутбуков				
Сумки для фотоаппаратов				
Кошелек кожаный				
Кошелек кожзам				
Пармоне				
Ключница				
Ремонт кожгалантерейных изделий				
Итого	0	1 200	2 200	3 000

АМОРТИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Амортизация начисляется линейным способом исходя из следующих сроков использования:

- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...
- ...

Таблица 25. Сроки использования основных средств и размер амортизационных отчислений

Наименование основного средства	Срок эксплуатации (год)	Размер амортизационных отчислений в год (рублей)	Количество основных средств	Итого (рублей)
Компьютер	3			
Кассовый аппарат	3			
Оргтехника	3			
Итого:		20 230,6		38 064,3

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88

Маркетинговое Агентство Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, д. 29, 3-й этаж
Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 www.step-by-step.ru

