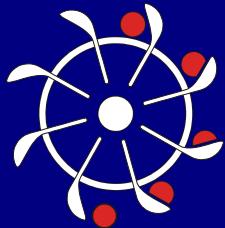


ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНА КАНЦТОВАРОВ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA 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. MA 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 MA Step by Step.



STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

г. Москва

Аннотация	4
<i>Цели исследования.....</i>	<i>4</i>
<i>Представленная информация</i>	<i>4</i>
Полное содержание исследования.....	5
Список Приложений.....	8
Список диаграмм и таблиц	9
Содержание бизнес-плана	10
<i>Суть проекта</i>	<i>10</i>
<i>География исследования.....</i>	<i>10</i>
<i>Методы сбора информации</i>	<i>10</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	<i>10</i>
ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ (УСЛУГ)	10
Функциональное назначение услуг	10
Виды продукции.....	11
АНАЛИЗ РЫНКА	11
Текущая ситуация в отрасли	11
Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль.....	12
Общие данные о рынке.....	13
Конкурентный Анализ (пример описания одного участника рынка)	14
Сеть магазинов «Букбери»	14
МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН	14
Уникальное достоинство продукта, позиционирование	14
Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию	15

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	15
Объем финансирования	15
Состав и характер доходов от деятельности (план по доходам)	15
Текущие расходы Проекта.....	16

Аннотация

ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Открытие в спальном районе книжного магазина широкого ассортимента.

ПРЕДСТАВЛЕННАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание услуг
2. Анализ рынка
3. Маркетинговый план
4. План сбыта
5. Производственная часть
6. Организационная структура
7. Финансовый план
8. Нормативная база
9. Организационный план

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Суть проекта

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

Расчетные сроки проекта

Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг

Стоимость проекта

Источники финансирования проекта

Выгоды и риски проекта

Ключевые экономические показатели эффективности проекта

2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Функциональное назначение услуг

Виды продукции и услуг

Стоимость продукции и услуг, принятая концепция ценообразования

Требования к контролю качества

Возможности для дальнейшего развития услуг

Патентно-лицензионная защита услуг

3. АНАЛИЗ РЫНКА

Анализ положения дел в отрасли

Текущая ситуация в отрасли

Факторы, влияющие на отрасль

Тенденции развития отрасли

Общие данные о рынке

Объем рынка, потенциальная емкость рынка

Структура рынка

Ценообразование на рынке

Конечные потребители

Потенциальные потребители продукции и услуг

Сегментация потребителей по их потребностям, оценка сегментов потребителей

Описание основных сегментов потребителей, потребительские предпочтения
основных сегментов потребителей

Выбор и обоснование целевого сегмента

Конкурентный анализ

Описание и анализ потенциальных конкурентов

Федеральные сети:

Оптово-розничная компания «Топ-книга»

Сеть книжных магазинов «Буква»

Сеть книжных магазинов «Библиосфера»

Локальные сети:

Сеть магазинов «Московский дом книги»

Сеть магазинов «Новый Книжный»

Сеть магазинов «Букбери»

Интернет-магазины:

Интернет-магазин «Озон»

Выбор и обоснование уникального достоинства продукции и услуг

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Уникальное достоинство продукта, позиционирование

Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию и услуги

Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта продукции и услуг

Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.

5. ПЛАН СБЫТА

Цены на конкретные позиции продукции

Организация сбыта, каналы сбыта

Скорость товарооборота

Схема сбытовой структуры рынка

План продаж на весь расчетный период (в соответствии с выбранными базовыми параметрами бизнеса)

6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуг

Требования к поставщикам и подрядчикам

Оценка и обоснование необходимых ресурсов

Оценка постоянных и переменных затрат при работе магазина

План реализации продукции на расчетный период

6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

Выбор и обоснование типа предприятия

Выбор и обоснование дополнительных сервисов

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Организационная структура предприятия

Специализация, количество и состав сотрудников

Затраты на оплату труда

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Объем финансирования

Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)

Состав и характер доходов от деятельности (план по доходам)

Принципы расчета постоянных и операционных расходов (план по расходам)

Параметры финансовой части бизнес-плана, анализ чувствительности к изменениям параметров

Основные формы финансовых расчетов

Показатели эффективности проекта

9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативная база

Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)

10. Организационный план осуществления проекта

план-график реализации проекта

Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта (сводная таблица)

Список Приложений

Приложение 1. Должностные инструкции персонала магазина

Управляющий (Директор) магазина

Главный бухгалтер (Бухгалтер)

Продавец-консультант

Кассир

Кладовщик

Уборщица

Приложение 2. Документы, необходимые для регистрации контрольно-кассовой техники

Приложение 3. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества

Приложение 4. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью

Список диаграмм и таблиц

- Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль.
- Таблица 2. Ценовая политика в отдельных нишах книжного рынка
- Таблица 3. Цены на конкретные позиции товаров.
- Таблица 4. План продаж в натуральном выражении на расчетный период
- Таблица 5. Схема работы магазина
- Таблица 6. Площадь помещений магазина
- Таблица 7. Состав и стоимость оборудования для магазина
- Таблица 8. План реализации товаров на расчетный период (USD)
- Таблица 9. Штатное расписание
- Таблица 10. Затраты на открытие магазина
- Таблица 11. Постоянные и переменные затраты.
- Таблица 12. Отчет о прибылях и убытках, USD.
- Таблица 13. График окупаемости проекта, USD.
- Таблица 14. Календарный план осуществления проекта
- Таблица 15. Необходимые трудовые и финансовые ресурсы

Схема 1. Общее описание системы сбыта на книжном рынке

Схема 2. Структура управления магазином

Диаграмма 1. Количество наименований книг и брошюр в России с 2000 по 2005 гг.

Диаграмма 2. Динамика развития книжного рынка.

Диаграмма 3. Динамика российского книгоиздания в 2001-2005 гг. (совокупный тираж, млн. экз.)

Диаграмма 4. Количество названий книг и брошюр в РФ с 2001 по 2004 гг.

Диаграмма 5. Доли каналов розничной продажи книжной продукции в России по торговому обороту, 2005г. %

Структура цены книги в Европе и России, USD

СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

Суть проекта

Открытие в спальном районе книжного магазина широкого ассортимента.

Время работы – 12 часов в сутки.

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Г. Москва

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Кабинетное исследование

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочная цель: выход на книжный рынок г. Москвы, создание положительного имиджа магазина, получение прибыли.

Долгосрочная цель: максимизация товарооборота, расширение товарной номенклатуры, создание сети магазинов.

ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ (УСЛУГ)

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ УСЛУГ

С самого детства мы читаем книги. Книга развивает ребенка, способствует формированию и развитию ребенка. Для взрослого человека книга может быть и источником информации на интересующую его тему, и вариантом для того, чтобы просто “провести время”, и просто сборником справочной информации. Спрос на книги был, есть и, видимо, еще долго будет.

Виды ПРОДУКЦИИ

Основные разделы книг, которые будут представлены в магазине:

- Автомобили
- Астрология, магия, мистика
- Военная история, военное дело, боевые искусства
- Детективы
- Детская литература
- Дом, быт, досуг
- История
- Компьютерные технологии
- Литература энциклопедического и справочного характера
- Любовный роман
- Медицина и здоровье
- Психология, философия
- Публицистика
- Спорт, туризм, охота, рыбалка
- Учебная литература, словари
- Фантастика
- Художественная литература
- Юридическая и экономическая литература

АНАЛИЗ РЫНКА

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

За 12 лет рынок книжной продукции прошел большой путь от планового и неэффективного производства до гибкой, практически рыночной модели. Произошел качественный рывок, вплотную приблизивший качество книг российского производства к европейским и западным образцам. Российский рынок розничной торговли в последние годы демонстрирует стабильный рост. Так, по

данным консалтинговой компании A.T. Kearney, в 2006 году Россия занимает второе место в рейтинге привлекательности развивающихся рынков для глобальных торговых сетей.

В настоящее время объем производства книжной продукции оказался таков, что реализовать ее книжным магазинам становится все труднее. Кризис перепроизводства, которым можно сейчас охарактеризовать сложившуюся на рынке ситуацию, в первую очередь обусловлен слабым развитием розничных торговых точек. По мнению экспертов, **в России сейчас не хватает порядка двух тысяч книжных магазинов**. В столице рост розницы сдерживает неэффективное использования государством принадлежащих ему торговых площадей, и нежелание их развивать. Отдельные издательства, в свою очередь, не имеют достаточно средств, чтобы самим построить розничные сети.

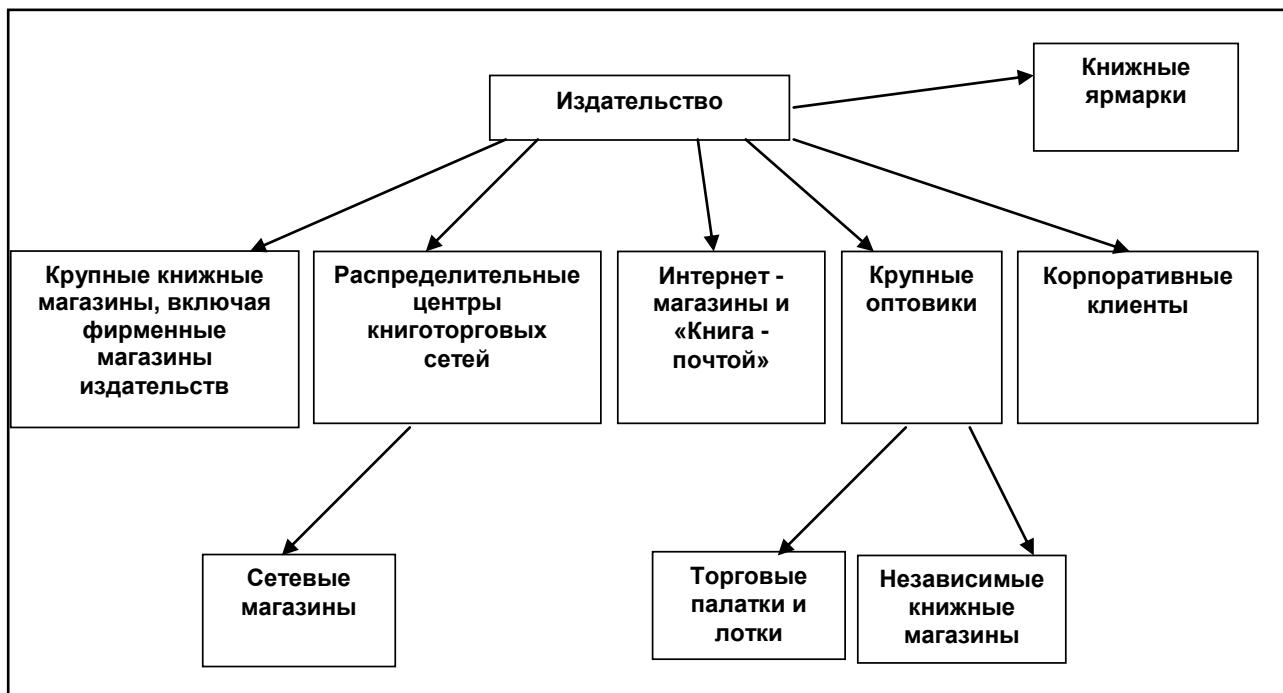
ТАБЛИЦА 1. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

Положительные факторы	Отрицательные факторы
Рост благосостояния населения России	Сокращение взрослого населения России и падение интереса к чтению у россиян
Рынок розничной торговли не достиг стадии насыщения	Отсутствие в России государственной программы поддержки популяризации чтения
Рост цен на книги	Все еще низкие (по сравнению с европейскими странами) цены на книги
Более слабая, по сравнению с крупными городами, конкуренция в регионах и небольших населенных пунктах	Отсутствие государственной поддержки издателей и книготорговцев: налоговых льгот, пониженных арендных ставок и т.д.
Развитие информационных технологий	Конкуренция со стороны других

	отраслей торговли
--	-------------------

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

СХЕМА 1. ОБЩЕЕ ОПИСАНИЕ СИСТЕМЫ СБЫТА НА КНИЖНОМ РЫНКЕ



Источник: МА Step by Step

Описание основных форматов розничных точек:

1. Книжные магазины
2. Книжные отделы в магазинах
3. Палатки с книжной продукцией
4. Розничные структуры при издательствах
5. Книжные развалы и ярмарки
6. Предприятия и отделы "Книга-Почтой"

Конкурентный Анализ (ПРИМЕР ОПИСАНИЯ ОДНОГО УЧАСТНИКА РЫНКА)

Сеть магазинов «Букбери»

История компании

Сеть начала свою работу в декабре 2002 года — первый магазин открылся в торговом центре «Мега». Уже в 2003 году компания открыла еще пять магазинов. На сегодняшний день в Москве функционирует 11 магазинов сети «Букбери».

Ассортимент

Ассортимент самого крупного магазина «Букбери», площадью 1300 кв.м. состоит из 55 тыс. наименований книг, в т.ч. на иностранных языках, а также канцтоваров, прессы и других сопутствующих товаров. Руководство компании проводит избирательную ассортиментную политику, предлагая покупателям только «качественную» литературу для интеллектуального чтения, исключающую книги в мягких обложках.

Преимущества

Магазины сети «Букбери» позиционируются компанией как максимально комфортные для покупателей книжные магазины, ассортимент которых составляет, прежде всего, «качественная», интеллектуальная литература, а также редкие издания. Компания открыла первый в Москве магазин с круглосуточным графиком работы и постоянно повышает уровень обслуживания, предлагая посетителям разнообразные дополнительные сервисы (кафе, диваны и т.д.)

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Уникальное достоинство продукта, позиционирование

Создаваемый в рамках проекта магазин будет позиционироваться, как районный книжный магазин широкого профиля.

Кроме этого, в позиционировании будет делаться упор на следующие достоинства магазина:

- Широкий ассортимент товаров,
- Невысокие относительно основных конкурентов цены,
- Транспортная доступность,
- Компетентность и дружелюбность персонала.

ЦЕНЫ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА. ОБОСНОВАНИЕ ЦЕНЫ НА ПРОДУКЦИЮ

«Стандартная розничная наценка от 40 до 100%. В сетевых магазинах может быть как единая, так и отличная ценовая политика. Наценка может быть дифференцирована в зависимости от жанрово-тематического состава ассортимента» (Алексей Кузьменко, начальник ассортимента печатной продукции интернет-магазина «ОЗОН»)

Цена будет рассчитываться исходя из оптовой цены и наценки. Наценка будет составлять от 30 до 70% (в зависимости от вида товара). **Уровень цен** будет удерживаться **немного ниже уровня конкурентов**. Такая политика обоснована тем, что на рынке существует много крупных центральных магазинов, которые по больше части удерживают клиентов за счет ассортимента. Так как создаваемый книжный магазин позиционируется как «районный книжный», то потребителей следует привлекать ценой.

ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Объем финансирования

На реализацию проекта требуется *** USD.

Состав и характер доходов от деятельности (план по доходам)

Ежемесячная выручка магазина (после выхода на 100%-ную мощность) составит *** USD. План продаж представлен в соответствующем разделе.

ТЕКУЩИЕ РАСХОДЫ ПРОЕКТА

№	Статьи затрат	Сумма, USD в месяц
Постоянные затраты		
1	Аренда	***
2	ФОТ	***
3	Пенсионный фонд	***
4	Оплата интернет	***
5	Коммуникации, инфраструктура	***
6	Канцелярские и хозяйствственные товары	***
7	Амортизационные отчисления	***
8	Реклама и продвижение	***
9	Оплата обслуживания сигнализации	***
10	Прочие расходы	***
Итого постоянных затрат		***
Переменные затраты		
Закупка продукции		***
Итого переменных затрат		***
Всего		***

Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а также по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управлеченческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.