

**ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН**

**ОТКРЫТИЯ**

**МАГАЗИНА МЕБЕЛИ**

**ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

**Данное исследование подготовлено МА** Step by Step **исключительно в информационных целях**. **Информация**, **представленная в исследовании**,

**получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов**. **МА** 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**. **МА** Step byStep **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 МА** Step by Step.

**г. Москва**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**Аннотация** **3**

***Цели исследования*** *3*

***Представленная информация*** *3*

**Полное содержание исследования** **4**

**Список Приложений** **8**

**Список диграмм и таблиц** **9**

**Содержание бизнес-плана** **11**

***Суть проекта*** *11*

***География исследования*** *11*

***Методы сбора информации*** *11*

***Описание сегментов рынка*** ***Ошибка! Закладка не определена.***

***Конкурентный Анализ*** *(****пример описания одного участника рынка****)* ***Ошибка!***

***Закладка не определена.***

**Сеть магазинов** «**Панинтер**» **Ошибка! Закладка не определена.**

**ОПИСАНИЕ УСЛУГ** **Ошибка**! **Закладка не определена**.

***Функциональное назначение продукции*** ***Ошибка! Закладка не определена.***

***Требования к контролю качества*** ***Ошибка! Закладка не определена.***

***Возможности для дальнейшего развития услугОшибка!*** ***Закладка*** ***не***

***определена.***

**2**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**АННОТАЦИЯ**

**ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Создание магазина товаров для дома шаговой доступности**.

**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**

**3**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ОГЛАВЛЕНИЕ** | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 1. **РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА** | | 7 |  |  |  |  |  |
| **Суть проекта** | 7 |  |  |  |  |  |  |
| **Долгосрочные и краткосрочные цели проекта** | | | | | | 7 |  |
| **Расчетные сроки проекта** 7 | | |  |  |  |  |  |
| **Резюме комплекса маркетинга** (4**Р**) **услуг** | | | | | 7 |  |  |
| **Стоимость проекта**7 | |  |  |  |  |  |  |
| **Источники финансирования проекта** | | | | 8 |  |  |  |
| **Выгоды и риски проекта** | | 8 |  |  |  |  |  |
| **Ключевые экономические показатели эффективности проекта** | | | | | | | 8 |
| 2. **ОПИСАНИЕ УСЛУГ** | | 9 |  |  |  |  |  |
| **Функциональное назначение услуг** | | | | 9 |  |  |  |
| **Виды услуг** 10 |  |  |  |  |  |  |  |
| **Стоимость услуг**, **принятая концепция ценообразования** 10 | | | | | | |  |
| **Требования к контролю качества** | | | | 10 |  |  |  |
| **Возможности для дальнейшего развития услуг** | | | | | | 11 |  |
| **Патентно**-**лицензионная защита услуг** 11 | | | | |  |  |  |
| 3. **АНАЛИЗ РЫНКА**12 | |  |  |  |  |  |  |
| **Анализ положения дел в отрасли** | | | | 12 |  |  |  |
| **Определение продукции** 12 | | |  |  |  |  |  |
| C**егментирование продукции по основным наименованиям** | | | | | | | 12 |
| **Факторы**, **влияющие на отрасль** 13 | | | |  |  |  |  |
| **Динамика валового внутреннего продукта** | | | | | 14 |  |  |
| **Уровень инфляции**16 | |  |  |  |  |  |  |
| **Уровень доходов населения** | | | 18 |  |  |  |  |
| **Тенденции развития отрасли** | | | 19 |  |  |  |  |
| **Тенденции в ассортименте Продукции** | | | | | 19 |  |  |
| **Тенденции в ценовых сегментах** | | | | 20 |  |  |  |
| **Тенденции по основным количественным показателям Рынка** | | | | | | | 20 |
| **Тенденции на конкурентном поле** | | | | 20 |  |  |  |

**4**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тенденции в потребительском сегменте** | | | 21 |
| **Общие данные о рынке** | | 22 |  |
| **Объем и емкость Рынка** | | 22 |  |
| **Объем Рынка в денежном выражении** 22 | | |  |
| **Емкость Рынка** | 23 |  |  |
| **Темпы роста Рынка** | | 23 |  |
| **Влияние сезонности на Рынок** 25 | | |  |

**Схема сбытовой структуры рынка** (**каналов товародвижения**) 26

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Цепочка движения товара** | 26 |  |
| **Розничный сектор** 26 |  |  |
| **Основные принципы ценообразования** | | 27 |
| **Конечные потребители** 28 |  |  |

**Описание потребителей**, **оценка существующей и потенциальной емкости рынка**

28

**Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг** 28 **Степень активности в потреблении Продукции или Услуги**. **Количество Продукции**

**потребляемого одним потребителем за единицу времени**29 **Потребительские предпочтения по**: **видам**, **маркам Продукции или Услуги** 30 **Корпусная мебель** 32

|  |  |
| --- | --- |
| **Кухонная мебель** | 34 |
| **Мягкая мебель** | 35 |

**Потребительские мотивации и поведение при покупке Продукции или Услуги**

37

**Медиа**-**предпочтения потребителей** (**отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги**) 38 **Выбор и обоснование целевого сегмента** 39

|  |  |
| --- | --- |
| **Конкурентный анализ** | 39 |

**Основные параметры конкуренции** 39 **Основные производители в сегменте мебели для дома**. **Описание профилей крупнейших компаний** 40

|  |  |
| --- | --- |
| **Шатура** | 40 |

**5**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



|  |  |
| --- | --- |
| 8 **МАРТА** 41 |  |
| **Сходня** – **мебель** | 42 |
| **Фабрика МООН** | 43 |

**Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам** 44 **Выбор и обоснование уникального достоинства продукции и услуги** 47

|  |  |
| --- | --- |
| 4. **МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН** 48 |  |
| **Уникальное достоинство продукта**, **позиционирование** | 48 |
| **Цены**, **ценовая политика**. **Обоснование цены на услуги**. | 48 |

**Порядок осуществления продаж**, **обоснование гарантий сбыта услуги** 48 **Концепция рекламы и** PR. **Программа по организации рекламы**. 49

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 5. **ПЛАН СБЫТА** | 50 |  |  |  |  |
| **Цены на товары** | 50 |  |  |  |  |
| **Организация сбыта**, **каналы сбыта** | | | 50 |  |  |
| **Скорость товарооборота** 50 | |  |  |  |  |
| **План продаж на весь расчетный период** | | | | 51 |  |
| 6. **ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ** | | | 53 |  |  |
| **Требования к поставщикам** | | 54 |  |  |  |
| **Состав основного оборудования** | | | 54 |  |  |
| **Оценка и обоснование необходимых ресурсов** | | | | | 55 |

**Оценка постоянных и переменных затрат магазина**55 **План реализации продукции на расчетный период** 566.1. **ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ** 58

|  |  |
| --- | --- |
| **Выбор и обоснование типа предприятия** | 58 |

**Выбор и обоснование дополнительных сервисов** 587. **ОРГАНИЗАЦИОННО**-**УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА** 59 **Организационная структура предприятия** 59 **Специализация**, **количество и состав сотрудников** 59 **Затраты на оплату труда** 608. **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН** 61 **Объем финансирования** 61

**6**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**Состав и характер затрат на реализацию проекта** (**инвестиционные затраты**)61

|  |  |
| --- | --- |
| **Параметры финансовой части бизнес**-**плана**, **анализ чувствительности к** | |
| **изменениям параметров** 62 |  |
| **Основные формы финансовых расчетов** | 63 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатели эффективности проекта** | 66 |
| 9. **НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ** | 67 |

**Нормативная база** 67 **Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта** (**сроки и стоимость получения**) 67

10. **ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА** 70

|  |  |
| --- | --- |
| **План**-**график реализации проекта** | 70 |

**Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта** (**сводная таблица**). 70 **Приложения** – 70-85

**7**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ**

**Приложение** 1. **Выдержки из Федерального закона РФ** «**Об Обществах с ограниченной ответственностью**», **касающиеся учредительных документов общества** 72

|  |  |
| --- | --- |
| **Приложение** 2. **Документы**, **необходимые для регистрации ККМ**. | 76 |

**Приложение** 3. **Выдержки из Постановления Правительства Москвы от** 22 **января** 2002 **г**. **№** 41-**ПП** «**О перспективах развития и правилах размещения средств** **наружной рекламы**, **информации и оформления города**» (**с изменениями от** 1 **июля**

2003 **г**., 9 **марта**, 28 **декабря** 2004 **г**., 28 **февраля** 2004 **г**.). 79

**Приложение** 4. **Документы**, **необходимые для регистрации вывески**. 83 **Приложение** 5. **Документы**, **необходимые для регистрации Общества с**

|  |  |
| --- | --- |
| **ограниченной ответственностью** | 85. |

**8**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**СПИСОК ДИГРАММ И ТАБЛИЦ**

**Таблица** 1. **Факторы**, **влияющие на отрасль Таблица** 2. **Объем рынка мебели в** 2005-2007 **году**

**Таблица** 3. **Сравнительная характеристика крупнейших производителей мебели**

**для дома по основным параметрам Таблица** 4. **Ценовые категории товаров и наценки**

**Таблица** 5. **План продаж на расчетный период Таблица** 6. **Схема работы магазина**.

**Таблица** 7. **Состав основного оборудования магазина Таблица** 8. **Распределение площади магазина между помещениями**, **м² Таблица** 9. **Постоянные и переменные затраты в мес**.

**Таблица** 10. **План продаж Таблица** 11. **Штатное расписание Таблица** 12. **Затраты на открытие**

**Таблица** 13. **Постоянные и переменные затраты Таблица** 14. **Отчет о прибылях и убытках**, **у**.**е**.

**Таблица** 15. **План движения денежных средств** (Cash Flow), **у**.**е**. **Таблица** 16. **График окупаемости проекта по месяцам**, **у**. **е**. **Таблица** 17. **Календарный план**

**Диаграмма** 1. **Рост ВВП** 2005 – 2011 (**прогноз**), % **Диаграмма** 2. **Динамика роста объема ВВП**, **млрд**. **руб**.

**Диаграмма** 3. **Уровень инфляции и прогноз** 2003 – 2011 (**прогноз**),% **Диаграмма** 4. **Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы**, **тыс**. **руб**.

**Диаграмма** 5. **Объем сегмента мебели в** 2007 **г**. **и прогноз на** 2008-2012 **г**., **млрд**. **долл**.

**Диаграмма** 6. **Прогноз динамики роста рынка мебели на** 2007-20012**г**.**г**., % **Диаграмма** 7. **Уровень среднедушевого потребления мебели и стадии развития**

**рынка мебели Диаграмма** 8. **Выбор мебели в зависимости от страны**-**производства**, %

**9**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**Диаграмма** 9. **Места покупок мебели в Москве**, **в среднем ценовом сегменте**, % **Диаграмма** 10. **Потребление корпусной мебели**, % **Диаграмма** 11. **Предпочтения по цветовой гамме корпусной мебели**, %

**Диаграмма** 12. **Предпочтения по материалу кухонных фасадов**, % **Диаграмма** 13. **Предпочтения в сегменте мягкой мебели в зависимости от способа трансформации**, % **Диаграмма** 14. **Факторы**, **влияющие на выбор мебельного магазина**, %

**Диаграмма** 15. **Использование рекламных носителей в** 2006**г**, %

**Схема** 1. **Типы продукции Схема** 2. **Сбытовая структура рынка**

**Схема** 3. **Организационная структура предприятия**.

**10**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА**

**СУТЬ ПРОЕКТА**

**Создание магазина домашней мебели**.

**ДАТА ВЫХОДА ОТЧЕТА**

**Ноябрь** 2008

**ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ**

**Г**. **Москва**

**МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ**

**Кабинетное исследование**.

**ВИДЫ УСЛУГ**

**ВИДЫ УСЛУГ**

**Магазин домашней мебели будет продавать следующие виды мебели**:

* + **кухонная мебель**;
  + **мебель для спальной и гостиной комнат**;
  + **детская мебель**;
  + **мебель для ванной комнаты**;
  + **шкафы для одежды и др**. **нужд**
* **перспективе возможно расширение ассортимента путем ввода следующих типов продукции**:
  + **садовая мебель**;
  + **встроенные шкафы**-**купе на заказ**;

**11**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



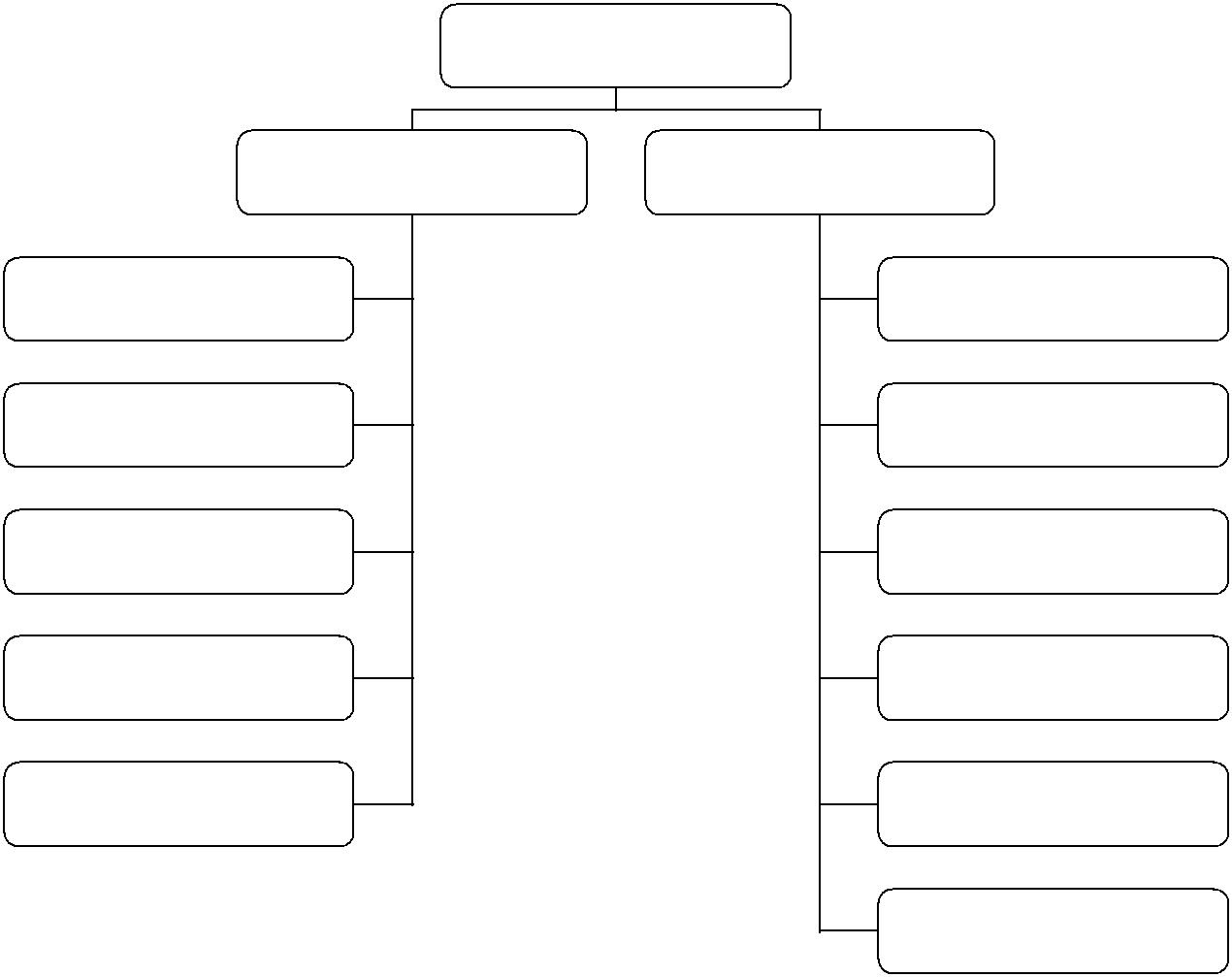
* **межкомнатные двери**.



**СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ОСНОВНЫМ НАИМЕНОВАНИЯМ**

**Согласно ГОСТ** 20400-80 «**Продукция мебельного производства**. **Термины и определения**» **мебель разделяется по функциональному назначению**:

* + **мебель для хранения** (**корпусная**)
  + **мебель для сидения и лежания**
  + **мебель для работы и приема пищи**
  + **мебель прочая**
* **зависимости от предназначения продукции принято выделять следующие типы**



|  |  |
| --- | --- |
|  | **Типы мебели** |
| **Мебель для дома** | **Офисная мебель** |
| **Мягкая мебель** | **Оперативная мебель** |
| **Кухонная мебель** | **Мебель для кабинетов** |
| **Детская мебель** | **Мебель для переговорных** |
| **Спальни** (**гарнитуры**) | **Мягкая мебель** |
| **Дачная мебель** | **Офисные системы** |
|  | **хранения** |
|  | **Специальная мебель** |

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

**12**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

**Продажа товаров будет осуществляться напрямую потребителю**.

**Торговый зал будет разбит на зоны по назначению продаваемых товаров**.

**Такой формат**, **с одной стороны**, **снизит потребности в площади торгового зала**, **а с другой** – **позволит покупателю быстро найти необходимую группу товаров и выбрать нужный**.

**Сбыт**, **прежде всего**, **гарантируется постоянным спросом на выбранные группы товаров**, **удобным месторасположением торговой точки**, **быстротой обслуживания и профессионализмом сотрудников**.

**КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ.**

**Главной целью рекламы на первом этапе является информирование потенциальных потребителей о вновь создаваемой фирме**. **Основным**

**рекламным инструментом привлечения покупателей в магазин будет являться сайт в сети интернет и массовые рассылки по электронной почте**.

**Для создаваемого магазина также планируется изготовить вывеску с подсветкой в одном из рекламных агентств города**.

**Будет полезным также в качестве дополнительной меры подготовить и распространить рекламные листовки возле крупных мебельных магазинов и строительных рынков**.

**Возможно использование рекламы по радио**.

**13**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**Масштаб типового проекта не позволяет использовать такие затратные методы продвижения**, **как реклама по ТВ и крупномасштабные промо**-**акции**.

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

**ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ**

**Планируется**, **что помещение для магазина будет находиться в транспортно доступном месте на окраине Москвы, таким образом**, **целевым сегментом потребителей магазина будут жители Москвы**, **испытывающие потребность в приобретении новой мебели**.

**Также желательно**, **чтобы магазин находился недалеко от метро**, **на оживленной улице** (**не во дворах**).

**Помещение должно быть в приемлемом состоянии**, **чтобы ремонт занял минимум времени и средств**. **В данном бизнес**-**плане будет принята арендная ставка** –

**400USD за кв.м. в год.**

**В Таблице** 8 **представлены параметры помещения**, **принятые в данном бизнес**-**плане**.

**ТАБЛИЦА 8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПЛОЩАДИ ПОД РАЗЛИЧНЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование** | **Площадь, м** |
|  |  |  |
| 1 | **торговый зал** | 200 |
|  |  |  |
| 2 | **кабинет директора и бухгалтера** | 6 |
|  |  |  |
| 3 | **склад** | 161 |
|  |  |  |
| 4 | **гараж** | 30 |
|  |  |  |
| 5 | **санузел** | 3 |
|  |  |  |
|  | **Итого** | **400** |
|  |  |  |

\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*

**14**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



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

* **Маркетинговое и управленческое 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**

**15**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com

**Маркетинговое Агентство Step by Step**



**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**.

**16**

PDF created with pdfFactory Pro trial version www.pdffactory.com