

Название отчета	<b>ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН АПТЕКИ (С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ)</b>		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	20.09.2013		
Количество страниц	78 стр.		
Язык отчета	русский		
Стоимость (руб.)	24 000 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:</b> Открытие аптеки</p> <p>Бизнес - план содержит следующие основные блоки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описание рассматриваемого рынка</li> <li>2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса</li> <li>3. План сбыта</li> <li>4. Производственная часть</li> <li>5. Организационная структура предприятия</li> <li>6. Финансовый план</li> <li>7. Нормативная база</li> </ol> <p>Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта.</p> <p><b>Выдержки из БП:</b></p> <p><i>Суть проекта</i> Создание аптеки, обеспечивающей население лекарственными средствами, биологически активными добавками, парафармацевтикой, изделиями медицинского назначения.</p> <p>Общий объем продаж лекарственных средств на ..основных фармацевтических рынках в мире - составил около ...млрд. долл. Самый большой в мире фармацевтический рынок в ... Россия находится на .. месте среди ведущих мировых фармацевтических рынков и на ... по темпам прироста объемов рынка в процентах.</p> <p>Еще в 2011 году, по данным Российской ассоциации аптечных сетей, в России сократился рынок аптечной розницы на ...%.</p> <p>В настоящее время многие представители аптечного бизнеса вынуждены ... По мнению участников рынка, единая ставка по страховым отчислениям в ..% позволит аптекам сгладить ....., которое сейчас отмечается на рынке.</p> <p><b>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</b></p> <p><b>Краткосрочная цель:</b> .....</p> <p><b>Долгосрочная цель:</b> .....</p> <p><b>Расчетные сроки проекта</b> Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	<b>Введение</b>	<b>4</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>	7
		2.5 <i>Стоимость проекта</i>	7
		2.6 <i>Источники финансирования проекта</i>	7
		2.7 <i>Выгоды и риски проекта</i>	7
		<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	
		2.8	8
	3	<b>2. Описание товара/услуги</b>	<b>9</b>
		3.1 <i>Определение товара</i>	10

	<i>Стоимость товара. Принятая концепция</i>	
	3.2 <i>ценообразования</i>	10
	3.3 <i>Требования к контролю качества</i>	10
	3.4 <i>Перспективы развития аптеки</i>	11
	<i>Лицензии, патенты, государственная</i>	
	3.5 <i>поддержка товаров</i>	11
	3.6 <i>Федеральные программы</i>	12
4	<b>3. Анализ рынка</b>	<b>15</b>
	4.1 <i>Анализ положения дел в отрасли</i>	15
	4.1.1 <i>Текущая ситуация в отрасли</i>	15
	4.1.2 <i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	16
	4.2 <i>Общие данные о рынке</i>	17
	4.2.1 <i>Объемы рынка</i>	17
	4.2.2 <i>Темпы роста</i>	19
	4.2.3 <i>Прогноз развития рынка</i>	22
5	<b>Сегментация рынка</b>	<b>23</b>
	5.1 <i>Сегментация товара</i>	23
	5.2 <i>Ценообразование на рынке</i>	25
	5.3 <i>Конкурентный анализ</i>	28
	5.3.1 <i>Производители ГЛС розничного</i>	
	<i>коммерческого рынка</i>	28
	5.3.2 <i>Дистрибьюторы</i>	30
	5.3.3 <i>Аптечные сети</i>	32
	5.3.4 <i>Тенденции основных игроков</i>	37
	5.3.5 <i>Анализ политики продвижения</i>	38
	5.4 <i>Анализ потребителей</i>	39
	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства</i>	
	5.5 <i>продукции</i>	40
6	<b>4. Маркетинговый план</b>	<b>41</b>
	6.1 <i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	41
	6.2 <i>Ценовая политика</i>	42
	6.3 <i>Порядок осуществление продаж</i>	42
	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по</i>	
	6.4 <i>организации рекламы</i>	42
7	<b>5. План продаж</b>	<b>44</b>
	7.1 <i>Цены на конкретные виды товара</i>	44
	7.2 <i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	44
	7.3 <i>План продаж на весь расчетный период</i>	44
8	<b>6. Производственная часть</b>	<b>45</b>
	<i>Описание производственного процесса.</i>	
	<i>Технологическая схема производства продукции</i>	
	8.1 <i>/ организации услуги</i>	45
	8.2 <i>Требования к поставщикам</i>	46
	8.3 <i>Состав и стоимость оборудования</i>	46
	8.4 <i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	47
	<i>Оценка постоянных и переменных</i>	
	8.4.1 <i>затрат</i>	47
	8.5 <i>Оценка доходов</i>	47
	8.6 <i>6.1. Функциональное решение</i>	48
	<i>Выбор и обоснование типа</i>	
	8.6.1 <i>предприятия</i>	48
9	<b>7. Организационно-управленческая структура</b>	<b>49</b>
	9.1 <i>Организационная структура</i>	49
	<i>Специализация, количество и состав</i>	
	9.2 <i>сотрудников</i>	49
	9.3 <i>Затраты на оплату труда</i>	52

	10	<b>8. Финансовый план</b>	<b>53</b>
	10.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	53
	10.2	<i>Объем финансирования</i>	53
	10.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (RUR)</i>	54
	10.4	<i>Анализ чувствительности</i>	62
		Показатели эффективности	
	10.4.1	проекта	62
		Основные параметры бизнес-	
	10.4.2	плана:	62
	11	<b>9. Организационный план осуществления проекта</b>	<b>64</b>
	11.		
	1	<i>План-график реализации проекта</i>	64
	12	<b>10. Нормативная информация</b>	<b>65</b>
	12.	<i>Необходимые лицензии или разрешения для</i>	
	1	<i>выполнения проекта</i>	65
	13	<b>Список приложений</b>	<b>69</b>
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Объем фармацевтического рынка в 2010-2012гг., млрд. руб. в ценах конечного потребителя</p> <p>Диаграмма 2. Соотношение объемов аптечных продаж рецептурных и безрецептурных препаратов, млн. руб.</p> <p>Диаграмма 3. Соотношение объемов аптечных продаж рецептурных и безрецептурных препаратов, млн. упаковок</p> <p>Диаграмма 4. Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ГЛС розничного коммерческого рынка России, млн. руб., 2011-2012гг.</p> <p>Диаграмма 5. Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ГЛС розничного коммерческого рынка России, млн. упаковок, 2011-2012гг.</p> <p>Диаграмма 6. Структура стоимостных продаж ГЛС розничного коммерческого рынка по ценовым сегментам, средневзвешенная стоимость упаковки, руб.</p> <p>Диаграмма 7. Доля лекарственных средств в объеме продаж брендовых сетей, %</p> <p>Таблица 1.ТОП-20 брендов по объему продаж в стоимостном выражении на коммерческом рынке России в 2011-2012 годах</p> <p>Таблица 2. ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему аптечных продаж розничного коммерческого рынка России по итогам 2012 года</p> <p>Таблица 3. ТОП-10 дистрибьюторов на фармацевтическом рынке ГЛС</p> <p>Таблица 4. Рейтинг сетей по обороту в 2012 году на аптечном коммерческом рынке</p> <p>Таблица 5. План продаж</p> <p>Таблица 6. Схема работы аптеки</p> <p>Таблица 7. Состав и стоимость основного оборудования, руб.</p> <p>Таблица 8. Площадь помещений, кв.м</p> <p>Таблица 9. Постоянные затраты в месяц, руб.</p> <p>Таблица 10. Штатное расписание</p> <p>Таблица 11. Затраты на открытие</p> <p>Таблица 12. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы. Часть 1, руб.</p> <p>Таблица 13. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы. Часть 2</p> <p>Таблица 14. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы. Часть 3</p> <p>Таблица 15. План движения денежных средств (Cash-Flow). Часть 1</p> <p>Таблица 16. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть 2</p> <p>Таблица 17. План движения денежных средств (Cash-Flow). Часть 3</p> <p>Таблица 18. Отчет о прибылях и убытках. 1 год</p> <p>Таблица 19. Отчет о прибылях и убытках. 2 и 3 годы</p> <p>Таблица 20. Показатели эффективности проекта</p> <p>Таблица 21. Основные параметры бизнес-плана</p> <p>Таблица 22. Показатели эффективности проекта при увеличении стоимости арендной платы на 1%</p> <p>Таблица 23. Показатели эффективности проекта при увеличении ФОТ на 1%</p> <p>Таблица 24. Показатели эффективности проекта при уменьшении среднего чека</p>		

# 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)



	на 1% Таблица 25. График реализации проекта Таблица 26. Документы для регистрации вывески Схема 1. Организационная структура
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	БП_Аптека_2013.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
- 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.