

Гурьевский муниципальный округ.
Муниципальное бюджетное образовательное учреждение
средняя общеобразовательная школа «Школа Будущего»

ПРОЕКТНАЯ РАБОТА
«СОЗДАНИЕ ШКОЛЬНОГО КАНЦЕЛЯРСКОГО МАГАЗИНА
«ЛАВКА ШКОЛЬНИКА»

Выполнила: Блават-Радская Алиса,
ученица 11 класса
Научный руководитель:
Радская Светлана Викторовна,
тьютор по проектной деятельности

Содержание

Введение	3
1. Описание бизнес – идеи	9
1.1. Описание проекта	9
1.2. Целевая аудитория	11
1.3. Преимущества перед конкурентами	11
1.4. Оригинальность и новизна идеи	12
2. Описание этапов реализации проекта	12
2.1. Расчет необходимых ресурсов и затрат проекта	13
2.2. Производственный план	14
2.3. Маркетинговый план	14
2.3.1. Анализ конкурентов	15
2.3.2. Позиционирование	16
2.3.3. Реклама и маркетинговые инструменты	16
2.4. Организационный план	17
2.5. Финансовый план	18
2.5.1. Прогноз расходов	20
2.5.2. Прогноз доходов	20
3. Прогнозирование проекта на ближайшие годы	21
3.1. Краткосрочные	21
3.2. Долгосрочные	21
4. Описание достигнутых результатов	21
Заключение	22
Список использованной литературы	23
Приложение	24

Введение

В современной жизни ни один человек, будь то взрослый или ребенок не может обойтись без бумажной продукции и канцелярских товаров. Канцелярские товары – это принадлежности, которые используются для создания, оформления и хранения документов.

Назвать время, когда появились канцелярские товары как вид, невозможно – у каждого изобретения, которое впоследствии вошло в эту группу изделий, своя отдельная история. Но можно выделить период, когда канцтовары получили широкое распространение за пределами канцелярий и учебных учреждений. В 19 веке канцелярские принадлежности, а конкретнее, принадлежности для письма, стали, что называется, частью этикета. Именно в это время стало популярным и вежливым отправлять красиво оформленные письменные приглашения, записки и ответы на них своим знакомым. Поэтому писчая бумага и пишущие принадлежности появились во многих домах. И, как следствие, канцелярские принадлежности отделились от книжной продукции и «переросли» в отдельный вид товаров.

Канцелярия и бумага являются неотъемлемой частью для школьника или учителя, из этого следует, что будет постоянный спрос на наш товар. На занятие всегда нужна ручка и тетрадь, но часто так бывает, что учащийся забыл или потерял ручку и нет возможности найти другую. Видя такую картину возникла идея создания школьного магазина, в котором всегда можно приобрести необходимое.

Главной целью проекта является создание и развитие школьного канцелярского магазина в Школе Будущего. Для достижения поставленной цели был поставлен следующий ряд задач:

- Проанализировать рынок канцелярских товаров в городе;
- Разработать бизнес-план школьного канцелярского магазина;
- Провести анализ перспективного развития магазина.

Актуальность создания школьного канцелярского магазина очевидна. Канцелярские товары являются продуктами массового потребления и на них всегда есть спрос, значит и будет прибыль. Для выявления необходимости создания школьного канцелярского магазина был проведен опрос среди учащихся, педагогов и родителей Школы Будущего. Опрос показал, что 86,1% респондентов ответил положительно на организацию школьного канцелярского магазина (см. Приложение 1). Магазин будет являться спасательным кругом для обучающихся, родителей и учителей в Школе Будущего.

Основными этапами исследования в работе будут являться:

- выбор темы исследования;
- изучение проблем темы;
- сбор информации и проведение опроса для написания работы;
- анализ литературных источников и научных трудов по теме;
- написание работы.

Реализация рекомендаций, предложенных в работе дает возможность использования их на практике для создания школьного канцелярского магазина и дальнейшего развития в других школах.

Рассмотрим основные понятия, фигурирующие в работе.

Бизнес – идея – идея, которая может быть использована для построения новой компании или нового направления деятельности в уже работающей компании.

Бизнес – план - план осуществления бизнес-операций, действий фирмы, содержащий сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций и их эффективности.

Бизнес планирование - это процедура по написанию и разработке бизнес-плана, целью которой является изучение эффективности капиталовложения в проект.

Проект – ограниченная во времени деятельность, представленная в виде разного рода мероприятий, направленная на решение определенной социально значимой проблемы и достижение некой цели, предполагающая получение

ожидаемых результатов путем решения связанных с целью задач, обеспеченная необходимыми ресурсами и управляемая на основе постоянного мониторинга деятельности и ее результатов с учетом возможных рисков.

Целевая аудитория – потенциальные клиенты, которые с наибольшей вероятностью купят рекламируемый товар или воспользуются предлагаемой услугой и на которых в основном и будут направлены маркетинговые сообщения.

Ресурс в широком значении - запасы, возможности, денежные средства, источники доходов. В узком значении ресурсы – это все то, что используется для производства товаров и услуг.

Производственный план – установленные правила по производству продукции или по предоставлению услуг.

Маркетинговый план – пошаговое руководство по достижению краткосрочных и долгосрочных целей компании или проекта.

SWOT-анализ – метод стратегического планирования. Он используется с целью определения сильных и слабых сторон, возможностей и угрозы, связанные с конкуренцией или планированием проекта.

Организационный план – план, в котором описываются оптимальные организационные формы бизнеса при минимальных затратах, но максимальной эффективности.

Финансовый план – функционирование и развитие предприятия в комплексном плане, в денежном выражении.

Доход – денежные или иные ценности, получаемые в результате какой-либо деятельности.

Расход – затраты в процессе хозяйственной деятельности, приводящие к уменьшению средств предприятия или увеличению его долговых обязательств.

Выручка – денежные средства, которые компания получает от реализации своих товаров и услуг за определенный срок.

Себестоимость - сумма расходов на производство и реализацию товара или услуги.

Валовая прибыль – разница между выручкой и себестоимостью продукции или услуги. (Валовая прибыль = Выручка – Себестоимость проданных товаров)

Валовая рентабельность – показатель финансового анализа, который показывает эффективность деятельности предприятия. (Валовая рентабельность = Валовая прибыль / Выручка)

Операционная прибыль – (Операционная прибыль = Валовая прибыль – операционные расходы (зарплата персонала, аренда помещений, транспортные расходы и т. д.) и чистую прибыль).

Чистая прибыль – (Чистая прибыль = Операционная прибыль — сумма налогов, пеней и штрафов, процентов по кредитам).

Бизнес планирование осуществляется совместно с инвестором, поскольку от его целей в первую очередь зависит судьба предприятия и её развития. Основные преимущества данной процедуры:

- Возможность оценить возможность реализации идей и оформить их на бумаге с проведением расчетов;
- Результат бизнес планирования исключит множество ошибок и лишних расходов, поможет сэкономить деньги, время и силы на обдумывание факторов, создающих «помехи» к достижению цели;
- Бизнес планирование, как основная составляющая создания бизнес-плана, позволяет полностью осмыслить механизм функционирования компании, проанализировать текущую ситуацию на рынке и действовать в соответствии с обстоятельствами гораздо эффективнее.

Бизнес планирование является одним из самых главных механизмов и инструментов управления предприятия, которое предопределяет и прогнозирует его эффективность в будущем. Создание бизнес-плана позволит управляющей команде более эффективно пользоваться средствами и активами предприятия, и использовать планирование для грамотного управления.

Основные цели, для которых составляется бизнес-план - обоснование необходимости привлечения дополнительных инвестиций или заемных средств, демонстрация имеющихся у фирмы возможностей и привлечение внимания со

стороны инвесторов и банка, убеждение их в достаточном уровне эффективности инвестиционного проекта и высоком уровне менеджмента предприятия.

Бизнес-план дает инвестору ответ на вопрос, стоит ли вкладывать средства в данный инвестиционный проект и при каких условиях он будет наиболее эффективен при допустимой для инвестора степени риска и верности допущений, сделанных разработчиком инвестиционного проекта.

При разработке бизнес-плана необходимо учитывать следующие общие рекомендации:

- Степень детализации должна соответствовать целям плана, но не включать ничего лишнего;
- Для удержания постоянного внимания эксперта план нужно сделать интересным и легко воспринимаемым;
- Как можно чаще использовать заголовки для разделения текста, чтобы он был ясным и легко воспринимаемым;
- При обосновании прогнозов использовать как можно больше подтверждающих фактов.

Составлению бизнес-плана предшествуют следующие работы:

- Анализ и оценка текущего состояния предприятия;
- Анализ потребностей и проблем рынка;
- Анализ влияния на предпринимательскую деятельность состояния отрасли, к которой принадлежит предприятие, факторов макросреды предприятия;
- Определение основных направлений и формирование количественно обоснованных целей деятельности предприятия на планируемый период;
- Разработка планов действий, обеспечивающих достижение поставленных целей, и определение необходимых для этого ресурсов.

Существует значительное число разработок по составлению бизнес-плана, но все они похожи и отличаются лишь последовательностью разделов. Вместе с тем

структура бизнес-плана зависит от цели и экономической политики предприятия, степени его новизны, характера его развития.

Основные разделы бизнес-плана:

- Краткое описание (резюме);
- Описание бизнеса;
- Описание рынка сбыта;
- Продажи и маркетинг;
- План производства;
- Организационная структура;
- Финансовый план;
- Факторы риска.

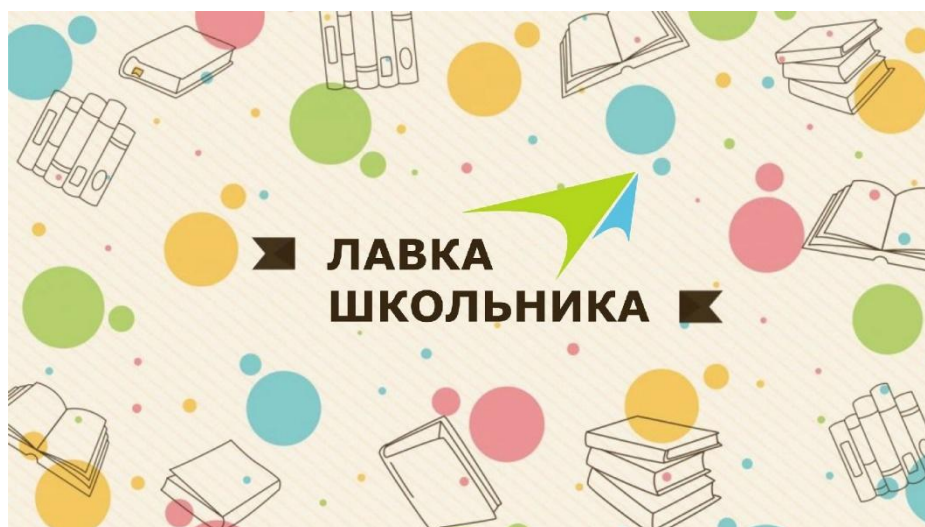
Таким образом, бизнес-планирование может повысить эффективность управления, а сам бизнес-план в данном случае является инструментом для мониторинга и оценки достигнутых результатов.

1. Описание бизнес – идеи

1.1. Описание проекта

Начало создания школьного канцелярского магазина планируется в 2022г. и завершиться к июлю 2022г. Администрация Школы Будущего заинтересовалась данным проектом и на данный момент ведется поиск потенциальных инвесторов.

Общая характеристика школьного канцелярского магазина



Наименование: «Лавка Школьника»

Год открытия: 2022 год

Место размещения: в здании Школы Будущего

Площадь размещения: 15 кв. м (часть помещения используется под торговый зал, остальное под склад хранения)

Численность сотрудников: 4 человека

Режим работы: во время больших перемен в 1 и 2 смене, по предварительному заказу

Миссия магазина – максимум внимания каждому покупателю, только качественные товары и низкие цены.

Данный проект предполагает открытие школьного канцелярского магазина с целью розничной продажи канцелярских принадлежностей, специализирующегося на продаже товаров для школьников и педагогов.

Ассортимент продукции включает в себя различные товарные группы, ориентированные на широкую целевую аудиторию.

Ассортимент магазина включает в себя следующие группы товаров, представленные в таблице ниже. Каждый вид продукции должен быть представлен не менее чем в трех экземплярах из разной ценовой категории для категории различных задач: образовательных, производственных, творческих.

Таблица. 1 Ассортимент школьного канцелярского магазина

Направление	Доля в структуре ассортимента	Группы товаров
Школьные принадлежности	50%	<ul style="list-style-type: none"> • Бумажная продукция (тетради, альбомы для рисования) • Пишущие принадлежности (ручки, карандаши, линейки, ластики, точилки) • Товары для творчества (краски, кисточки, фломастеры, цветные карандаши, пластилин, цветная бумага и картон) • Дополнительные принадлежности (папки, дневники) • Именные(логотипные) пишущие принадлежности • Канцелярские наборы, наборы первоклассника
Офисные принадлежности	40%	<ul style="list-style-type: none"> • Расходные материалы для офисной техники (бумага для принтеров, Бумага А-3) • Мелкая канцелярия (ручки, карандаши, маркеры, корректоры, скотч, степлеры и скрепки) • Печатная продукция (блокноты)
Подарочная продукция	10%	<ul style="list-style-type: none"> • Магниты • Сувенирная продукция • Шоперы (сумки для книг)

Выбор этих двух групп основными объясняется тем, что:

- спрос учащихся и педагогов на канцелярские товары обеспечивается круглогодично, а эти две группы покупателей составляют основу целевой аудитории;
- по оценкам маркетологов, доля продаж офисных принадлежностей составляет более чем 60%, а спрос на данный вид продукции ежегодно растет почти на 20%. Кроме того, фактическая доходность в этом сегменте рынка выше, чем в остальных. т.е. офисные принадлежности – наиболее перспективный сегмент торговли канцелярией;
- подарочная продукция представлена в ассортименте незначительно, потому что пользуется не таким высоким спросом. Однако, покупки таких товаров зачастую бывают спонтанными. Подарочная продукция позиционируется как сопутствующий товар.

1.2 Целевая аудитория

Целевой аудиторией школьного канцелярского магазина являются учащиеся, педагоги, родители Школы Будущего, а также гости школы.

1.3 Преимущества перед конкурентами

Для начала необходимо отметить, что наличие школьного канцелярского магазина значительно облегчит сборы первоклассников, по готовому списку могут быть собраны наборы канцелярских принадлежностей и доставлены в класс до начала учебного года. У множества гостей Школы Будущего приезжающих для обмена опытом появится возможность приобрести сувенирную продукцию на память. Так же во время учебного процесса обучающиеся и педагоги смогут приобрести необходимые канцтовары по доступным ценам, не выходя из школы.

1.4 Оригинальность и новизна идеи

Новизной проекта является создание и запуск канцелярского магазина в Школе Будущего, в котором будут работать учащиеся старших классов Школы

Будущего. Данная работа дает возможность создания проекта школьного канцелярского магазина с целью улучшения образовательного процесса. Оригинальность проекта заключается в создании собственной продукции, что значительно повысит статус школы. Некоторые товары будут произведены с возможностью использования технических ресурсов Технологического парка Школы Будущего (сувенирная продукция, именные канцелярские принадлежности и др.) с использованием сублимационной печати, лазерной гравировки и маркировки.

2. Описание этапов реализации проекта

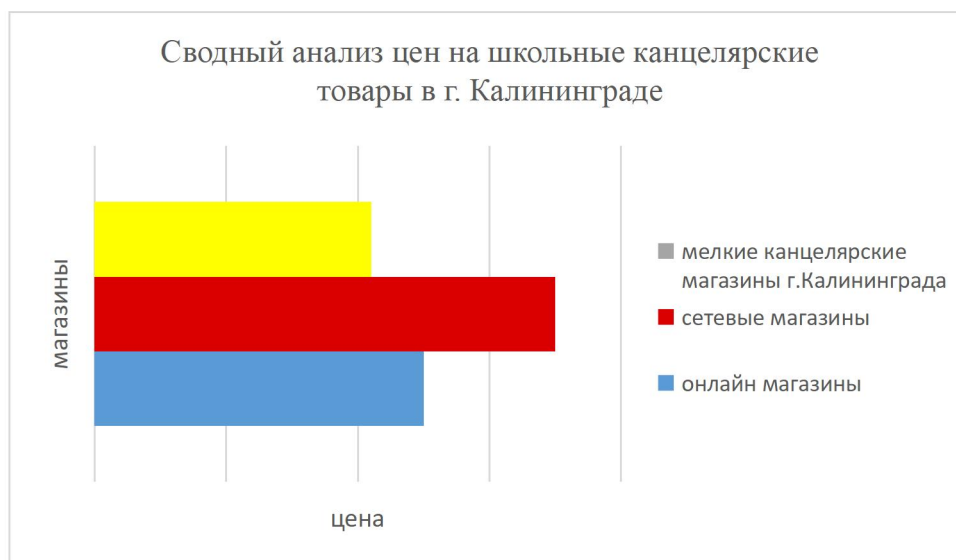
Проведя исследование в области рынка канцелярских товаров можно выделить следующие особенности:

- в отличие от многих других потребительских рынков, рынок канцелярских товаров практически небрендирован;
- рынок канцелярских товаров характеризуется ярко выраженной сезонностью. Пиковые значения выручки приходятся в период подготовки к учебному году, с июня по сентябрь;
- длинная цепочка от производителя к конечному потребителю;
- высокий уровень конкуренции, который обусловлен наличием крупных торговых сетей, занимающихся продажей канцелярских товаров. Небольшим магазинам сложно конкурировать с крупными ритейлерами.

Для реализации проекта создания школьного канцелярского магазина проведен анализ цен конкурентов в г. Калининграде. В анализ были включены 3 вида канцелярских магазинов: он-лайн магазины («Wildberries», «Ozon», «Яндексмаркет»), торговые сети («Детский мир», «Книги и книжечки», «Буквоед») и мелкие розничные канцелярские магазины города. Анализ показал, что наивысшую стоимость канцтоваров и школьных принадлежностей имеют торговые сети, а наименьшую – мелкие розничные магазины, подробнее можно ознакомиться на графике. При расчете стоимости товаров в школьном

канцелярском магазине будет учитываться данный анализ для лучшего понимания и прогнозирования цен.

Диаграмма 1. Сводный анализ цен на школьные канцелярские товары в г. Калининграде



2.1. Расчет необходимых ресурсов и затрат проекта

Ресурсы проекта включают в себя: трудовые, материальные, и информационные. Перечень необходимых ресурсов приведен ниже в таблице 2:

Таблица 2. Виды ресурсов проекта

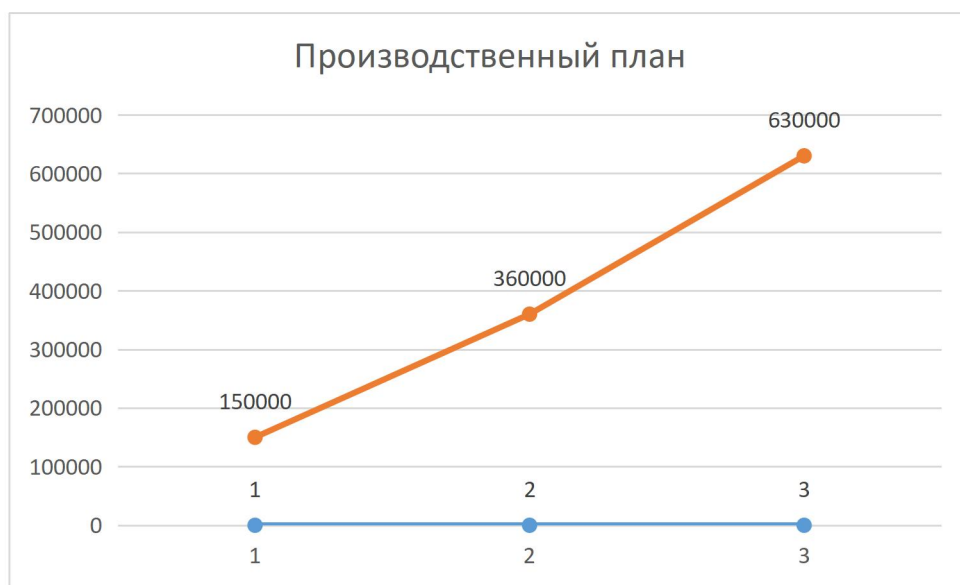
Тип ресурсов	Наименование	Источник
Трудовые	Продавцы-консультанты	Учащиеся МБОУ СОШ «Школа Будущего»
	Производители собственной канцелярской и сувенирной продукции	Учащиеся МБОУ СОШ «Школа Будущего»
Материальные	Оборудование	ООО «Вест Торг Оборудование»
	Канцелярские товары	ООО «СимаЛенд», МБОУ СОШ «Школа Будущего»
	Бумажная продукция	ООО «СимаЛенд», МБОУ СОШ «Школа Будущего»
	Расходные материалы	ООО «Бауцентр»
	Знания по экономике	Интернет-ресурсы, образовательная

Информационные		литература, персонал
	Знания по маркетингу	Интернет-ресурсы, образовательная литература, персонал

2.2. Производственный план

На основе данных был составлен финансовый план проекта школьного канцелярского магазина. Согласно расчетам, точка безубыточности равна 101 351,3 руб., т.е. эта та сумма на которую необходимо продавать чтобы покрывать расходы на содержание магазина.

Диаграмма 2. Производственный план проекта



2.3. Маркетинговый план

С целью лучшего понимания стратегии развития проекта проведен SWOT-анализ, который отображает всестороннее изучение проекта.

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Расположение магазина в школе</p> <p>Низкие цены</p> <p>Большое количество учащихся и педагогов в школе</p>	<p>Отсутствие большого выбора товара</p> <p>Неизвестность магазина</p>

Возможности	Угрозы
Возможность доставки товара в класс Возможность предварительного заказа Привлечение новых контрактов Возможность расширения Возможность онлайн заказа	Низкая потребительская способность

В дополнении к SWOT-анализу был проведен анализ спроса населения на канцелярские товары, были выявлены следующие характеристики:

- продукция высокого качества – несмотря на более высокую цену, потребители отдают предпочтение качеству;
- функциональная продукция – стикеры, ручка-маркер и т.д.;
- продукция с необычным дизайном – особенно это касается бумажной продукции (тетради, блокноты и т.д.);
- новинки – потребитель старается выбирать товар, не представленный ранее на рынке. Постоянное обновление продукции позитивно сказывается на продажах.

2.3.1. Анализ конкурентов

Проект школьного канцелярского магазина предполагает расположение в школе, что дает нам преимущество перед конкурентами, но в то же время имеет и недостатки. Анализ проведен на основании 1 товара – простого карандаша. Подробнее об анализе конкурентов приведено в таблице ниже:

Таблица 3. Анализ конкурентов

	Цена	Вариативность	Охват рынка	Услуги
Онлайн магазины	10	Огромная	Огромный	Доставка в пункт выдачи, до дома
Торговые сети	15	Большая	Средний	Курьерская доставка
Мелкие	12	Средняя	Низкий	Нет доставки

розничные магазины				
-----------------------	--	--	--	--

Однако, правильно сформированный ассортимент является важным конкурентным преимуществом. Широкий выбор, уникальные предложения и доступные цены обеспечат высокий уровень продаж.

2.3.2. Позиционирование

Школьный канцелярский магазин будет позиционирован как максимально удобный и доступный, с различными видами услуг. К примеру, сбор набора первоклассника и доставка в класс, родителям не нужно будет заниматься этим самостоятельно, а также классный руководитель будет знать, что учащийся полностью подготовлен к учебному году.

2.3.3. Реклама и маркетинговые инструменты

Рекламу магазина канцелярских товаров можно разделить на два вида – пассивная и активная. К пассивной рекламе относятся вывески, баннеры, штендеры и т.д. Активная реклама предполагает раздачу листовок, распространение визиток, реклама в Интернете.

Для начала продвижения школьного канцелярского магазина для учащихся и педагогов будут расклеены рекламные баннеры за несколько месяцев до открытия. Параллельно будет размещена информация на официальном сайте школы и социальных сетях школы об открытии магазина и возможности предварительно сделать заказ. А также будут созданы официальные аккаунты магазина в VKontakte, Instagram, Tik Tok для продвижения товаров, услуг и рекламных акциях. В дополнении будет проведена рассылка в Электронном журнале всем учащимся, педагогам и родителям Школы Будущего и в фойе школы будут размещены брошюры с кратким содержанием ассортимента канцелярского магазина.

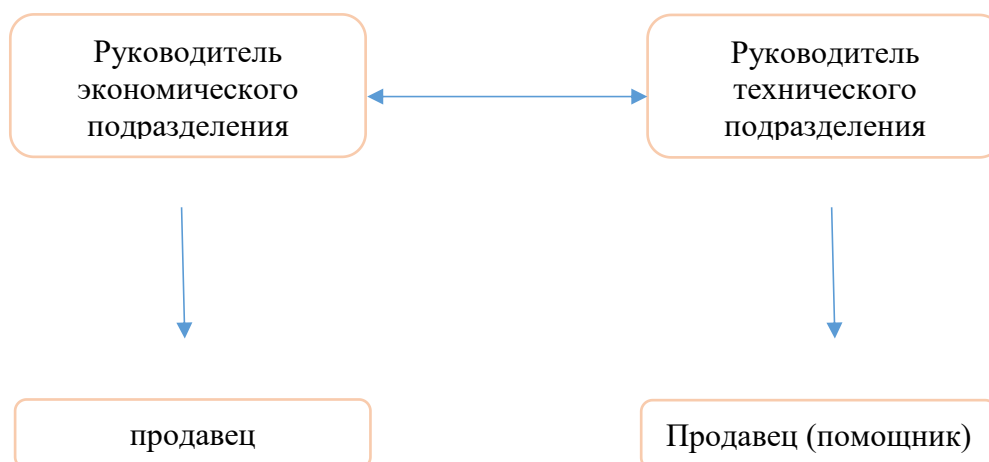
2.4. Организационный план

Предпринимательская деятельность для школы запрещена, в связи с этим, деятельность проекта подразумевает некоммерческую организацию (НО «Дарование»), благодаря которой возможна работа и оплата.

Для эффективного процесса управления проектом организационная структура управления разделяется на два ответвления: техническую и экономическую, что значительно сокращает штат сотрудников и уменьшает расходы магазина.

Управление магазином будет осуществляться на основе партнерских отношений, и каждый руководитель будет отвечать за свой вид деятельности. В дополнении, в штате будет еще 2 сотрудника (продавца для работы на переменах). Руководитель технического подразделения отвечает за подбор технического персонала, изготовление сувенирной и именной продукции, закупку материалов для изготовления, доставку заказов в класс. Руководитель экономического подразделения ответственен за бухгалтерию, подбор персонала, рекламу, социальные сети, наполнение магазина товаром.

Структура управления проектом



2.5. Финансовый план

Для создания школьного канцелярского магазина был выбран местный поставщик торгового оборудования, канцелярских товаров и бумажной продукции.

Потребуется следующее оборудование (цены указаны за 1 ед. товара):

Стеллаж металлический перфорированный островной – 3 шт. 16 000 руб.

Стеллаж металлический перфорированный настенный – 3 шт. 9 000 руб.

Прилавок – 2 шт. 13 000 руб.

Система крепежей для стеллажа (узкая) – 30 шт. 700 руб.

Система крепежей для стеллажа (широкая) – 30 шт. 900 руб.

Кассовый аппарат (Smart terminal) – 1 шт. 19 000 руб.

Общая сумма расходов на оборудование составит: 168 000 руб.

Первичная закупка канцелярских товаров и бумажной продукции: 76 000 руб.

Расходы для закупки и производства именной и логотипной продукции: 10 000 руб.

Ремонт помещения: 20 000 руб.

Зарплатный фонд: 20 000 руб.

Прочие организационные расходы: 40 000 руб.

Итоговая сумма расходов проекта: 334 000 руб.

Относительно доходов проекта. В школе примерно 1500 человек, при закупочной способности 20% от общего количества человек - это составит 300 человек в день, при среднем чеке в 50 руб. выручка в день составит 7 500 руб., при работе 20 дней в месяц, выручка составит 150 000 руб., валовая прибыль в месяц составит 75 000 руб., валовая рентабельность проекта составит 50%, что является хорошим показателем проекта. Операционная прибыль составит 55 000 руб. в месяц. Ежегодная прибыль проекта составит 1 500 000 руб. в год.

Дополнительным источником дохода будут являться наборы для первоклассников. Каждый год в школу принимают около 200 первоклассников, при закупочной способности в 50% это составит 100 человек. При средней

стоимости набора в 1350 руб. дополнительный доход составит 135 000 руб., чистая прибыль дополнительного источника дохода составит 86 000 руб., также отдельную строку дохода составит изготовление именной продукции, при закупочной способности в 50% от общего количества человек и средней цене в 300 руб. составит 225 000 руб., чистая прибыль составит 157 500 руб.

Факторы риска

- Низкий уровень продаж

Для снижения риска необходимо тщательно подобрать ассортимент для проекта, постоянно уделять внимание ведению маркетинговой кампании.

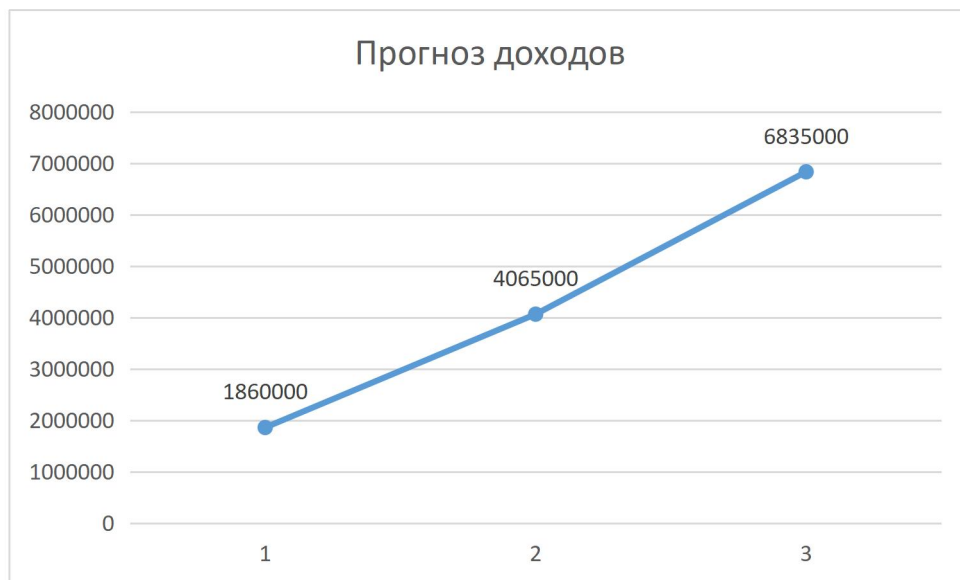
- Низкая прибыль

Для снижения риска необходимо формировать ассортимент для целевой аудитории, не допускать затоваривания, изучать цены конкурентов, чтобы устанавливать конкурентоспособную наценку.

2.5.1. Прогноз расходов



2.5.2. Прогноз доходов



На основе вышеизложенных данных можно сделать вывод, что проект школьного канцелярского магазина выгоден и пригоден для реализации.

3. Прогнозирование проекта на ближайшие годы

3.1. Краткосрочные

В перспективе развития школьного канцелярского магазина видится расширение канцелярских товаров и услуг, заключение прямых договоров с поставщиками. Первое даст магазину дополнительную прибыль, а второе сократит затраты на приобретение товара. В дополнении к этому, планируется создание онлайн магазина, что увеличит целевую аудиторию и также принесет дополнительную прибыль.

3.2. Долгосрочные

В долгосрочной перспективе развития школьного канцелярского магазина возможно создание сети школьных магазинов в других корпусах Школы

Будущего, что значительно увеличит прибыль магазина и будет являться первой в своем роде сетью школьных канцелярских магазинов, созданных по проекту учащихся.

4.Описание достигнутых результатов

Согласно данным социального опроса, проведенного среди учащихся, педагогов и родителей Школы Будущего, большая доля опрошенных положительно относится к идее создания школьного канцелярского магазина, более того они сами предлагали ассортимент товара, который бы им хотелось видеть в магазине. В настоящее время есть потенциальные инвесторы, которых заинтересовал проект. Расчеты проекта показали, что проект выгоден для реализации и будет приносить постоянных доход. При первоначальных затратах в 334 000 руб. срок окупаемости проекта составит чуть больше 2 месяцев. При правильном ведении проекта появиться возможность создать конкуренцию розничным магазинам в г. Калининграде и повысить значимость Школы Будущего выше, чем она есть сейчас.

Заключение

Проект создания школьного канцелярского магазина является уникальным в своем роде. Поскольку понятие «канцелярские товары» перестало равняться понятию «школьные принадлежности» и обрело более широкий смысл, включающий офисные потребности, выручка магазина с подобным ассортиментом не привязана к сезонам года. Расчеты школьного канцелярского магазина наглядно демонстрирует выгодность и продуктивность данного вида деятельности. Несмотря на высокую конкуренцию, новые магазины канцтоваров прекрасно вливаются в струю и занимают свое место на рынке. Это связано с огромным ассортиментом и различными подходами к организации бизнеса.

Рынок канцелярских товаров в России находится в стадии активного развития и роста. Современная ситуация экономики России не значительно влияет на реализацию школьного магазина. При правильном руководстве проекта возможно расширение и увеличение объемов продаж, что приведет к дополнительной прибыли. Для достижения основной цели необходимо вовремя производить оптовую закупку канцелярских товаров, придерживаться низких цен и всегда учитывать интересы покупателей.

Список использованной литературы

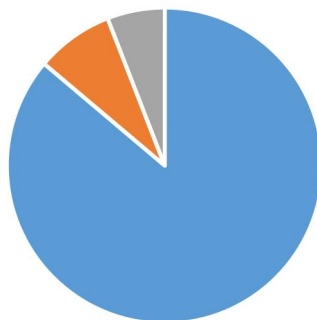
1. Басовский, Л. Е. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 241 с.
2. Борисов А. Б. Большой экономический словарь, М.: Книжный мир, 2006. — 543 с.
3. Меркулов А. Как открыть магазин канцтоваров с нуля.
URL:<https://abcbiznes.ru/biznes-idei/328-kak-otkryt-magazin-kanctovarov.html#i-8>
(дата обращения: 04.01.2022)
4. Пирогова К.С., Бизнес-план: теория и практика.,
URL:<https://scienceforum.ru/2019/article/2018011292>
5. Хорин Г. Моя первая книга об управлении проектами-М. Эксмо, 2006. — 304 с.
6. Шкурко, В. Е. Ш679 Бизнес-планирование в предпринимательской деятельности: [учеб. пособие] / В. Е. Шкурко, Н. Ю. Никитина. М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. — 172 с.
7. Управление проектом. Основы проектного управления. Под ред. Разу М.Л.-М. КНОРУС, - 4еизд., 2012. — 760 с.
8. Бизнес-план канцелярского магазина. URL:<https://www.beboss.ru/bplans-stationary> (дата обращения: 04.01.2022)
9. Как рассчитать точку безубыточности для магазина?
URL:<https://www.dirmagazina.ru/question/8-kak-rasschitat-tochku-bezubytochnosti-dlya-magazina> (дата обращения: 05.01.2022)
10. Канцелярские товары в нашей жизни - Виды канцтоваров по типу и сферам.
URL:https://halzan.by/smartblog/15_kancelyarskije-tovary-vidy.html (дата обращения: 04.01.2022)
11. ООО «Вестторг оборудование». URL:<https://westtorg.ru/> (дата обращения: 04.01.2022)

Анкета. Создание школьного канцелярского магазина

1. Кем Вы являетесь с Школе Будущего?
 - a. ученик
 - b. учитель/работник администрации
 - c. родитель
2. Сколько Вам лет?
 - a. 7-12
 - b. 13-18
 - c. 18+
3. Ваш пол?
 - a. Мужской
 - b. Женский
4. Сколько Вы уже учитесь/работаете в Школе Будущего?
 - a. меньше года
 - b. от 1 до 3х лет
 - c. больше 3х лет
5. Что Вы думаете на счет идеи создания школьного канцелярского магазина?
 - a. думаю, это будет очень удобно
 - b. мне все равно
 - c. думаю, что он не нужен
6. Какая форма оплаты Вам была бы удобна?
 - a. Наличная
 - b. Безналичная
 - c. и то, и другое
7. Какие товары Вы бы хотели видеть в магазине?

Актуальность создания проекта школьного канцелярского магазина

Что Вы думаете на счет идеи создания школьного канцелярского магазина?



■ думаю это будет очень удобно

■ мне все равно думаю что он не нужен

■ думаю что он не нужен

Фото технологического процесса



Фото готовой продукции



