|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ломбарда 2018 С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ (выпуск 6)** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета | 23.03.2018 |
| Количество страниц | 83 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 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 | **Цель БП:** Создание ломбарда.  Бизнес - план содержит следующие основные блоки:   1. Описание товара/услуги 2. Анализ рынка 3. Маркетинговый план 4. План продаж 5. Производственная часть 6. Организационно-управленческая структура 7. Финансовый план 8. Организационный план осуществления проекта 9. Нормативная информация   Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. Суть проекта Создание ломбарда с обширным перечнем имущества, принимаемого под залог, на среднерыночных условиях.  Необходимая площадь – 50 м2.  Время работы – 12 часов в сутки. Долгосрочные и краткосрочные цели проекта **Краткосрочная цель**: выход на рынок ломбардов города, создание положительного имиджа ломбарда, получение прибыли.  **Долгосрочная цель**: занятие своей ниши на рынке услуг ломбардов, расширение приемной номенклатуры, создание сети ломбардов, расширение географического присутствия. Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 5 лет (60 месяцев). Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции **Продукт**. ….  **Цена** – ….  **Сбыт** – …  **Продвижение.** …. Стоимость проекта Объем необходимых инвестиций - ….. руб. Источники финансирования проекта Собственные средства. Выгоды и риски проекта **Выгоды:**   * …..   **Риски:**   * ….  Ключевые экономические показатели эффективности проекта: |
| Подробное оглавление/содержание отчета | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | **Содержание** | | |  | | 2 | **Введение** | | | **6** | | 3 | **Резюме проекта** | | | **8** | |  | 3.1 | *Суть проекта* | | *8* | |  | 3.2 | *Долгосрочные и краткосрочные цели проекта* | | *8* | |  | 3.3 | *Расчетные сроки проекта* | | *8* | |  | 3.4 | *Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции* | | *8* | |  | 3.5 | *Стоимость проекта* | | *9* | |  | 3.6 | *Источники финансирования проекта* | | *9* | |  | 3.7 | *Выгоды и риски проекта* | | *9* | |  | 3.8 | *Ключевые экономические показатели эффективности проекта:* | | *9* | | 4 | **Глоссарий** | | | **11** | | 5 | **Описание услуги** | | | **12** | |  | 5.1 | *Определение услуги* | | *12* | |  | 5.2 | *Сегментация услуги* | | *12* | |  | 5.3 | *Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования* | | *12* | |  | 5.4 | *Перспективы развития услуги* | | *12* | |  | 5.5 | *Лицензии, патенты, государственная поддержка услуг* | | *13* | | 6 | **Анализ рынка** | | | **19** | |  | 6.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | | *19* | |  |  | 6.1.1 | Текущая ситуация в отрасли | 19 | |  |  | 6.1.2 | Факторы, влияющие на отрасль | 20 | |  | 6.2 | *Общие данные о рынке* | | *20* | |  |  | 6.2.1 | Объем Рынка в натуральном выражении | 20 | |  |  | 6.2.2 | Объем Рынка в денежном выражении | 21 | |  |  | 6.2.3 | Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении | 22 | |  | 6.3 | *Влияние сезонности на Рынок* | | *22* | |  | 6.4 | *Тенденции развития Рынка* | | *22* | |  | 6.5 | *Сегментация рынка* | | *24* | |  | 6.6 | *Сегментирование объектов рынка по типу залога* | | *24* | |  | 6.7 | *Сегментирование объектов рынка по направленности* | | *25* | |  | 6.8 | *Сегментирование объектов рынка по географическим признакам* | | *26* | |  |  | 6.8.1 | Сегментирование ломбардов по длительности работы на рынке | 28 | |  |  | 6.8.2 | Общественные организации на рынке | 29 | |  | 6.9 | *Ценообразование на рынке* | | *29* | |  | 6.10 | *Государственный контроль деятельности ломбардов* | | *31* | | 7 | **Структура Рынка** | | | **32** | |  | 7.1 | *Количество и масштаб игроков рынка* | | *32* | |  |  | 7.1.1 | Топ игроков рынка | 32 | |  | 7.2 | *Конкурентный анализ* | | *34* | |  | 7.3 | *Основные параметры конкуренции* | | *34* | |  | 7.4 | *Описание профилей крупнейших компаний* | | *34* | |  |  | 7.4.1 | Сравнительная характеристика игроков рынка | 45 | |  |  | 7.4.2 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими игроками | 48 | |  | 7.5 | *Анализ потребителей* | | *48* | |  |  | 7.5.1 | Основные категории потребителей | 48 | |  | 7.6 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | | *49* | | 8 | **Маркетинговый план** | | | **50** | |  | 8.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | | *50* | |  | 8.2 | *Ценовая политика* | | *50* | |  | 8.3 | *Порядок осуществления оказания услуг* | | *50* | |  | 8.4 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | | *50* | | 9 | **План продаж** | | | **52** | |  | 9.1 | *Цены на конкретные виды товара* | | *52* | |  | 9.2 | *Организация сбыта. Каналы сбыта* | | *52* | |  | 9.3 | *План продаж на расчетный период* | | *52* | | 10 | **Производственная часть** | | | **54** | |  | 10.1 | *Описание основного бизнес процесса* | | *54* | |  | 10.2 | *Требования к поставщикам* | | *57* | |  | 10.3 | *Состав и стоимость оборудования* | | *57* | |  |  | 10.3.1 | Технические характеристики | 57 | |  |  | 10.3.2 | Производственное и офисное оборудование | 57 | |  | 10.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | | *58* | |  | 10.5 | *Оценка затрат* | | *58* | |  |  | 10.5.1 | План по затратам | 60 | |  | 10.6 | *Оценка доходов* | | *63* | |  | 10.7 | *Функциональное решение* | | *64* | |  |  | 10.7.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 64 | | 11 | **Организационно-управленческая структура** | | | **65** | |  | 11.1 | *Организационная структура* | | *65* | |  | 11.2 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | | *65* | |  | 11.3 | *Затраты на оплату труда* | | *65* | | 12 | **Финансовый план** | | | **67** | |  | 12.1 | *Основные параметры расчетов* | | *67* | |  | 12.2 | *Объем финансирования* | | *67* | |  | 12.3 | *Основные формы финансовых расчетов* | | *68* | |  | 12.4 | *Основные формы бухгалтерской отчетности* | | *69* | |  |  | 12.4.1 | Отчет о прибылях и убытках | 69 | |  |  | 12.4.2 | Отчет о движении денежных средств | 72 | |  | 12.5 | *Анализ чувствительности* | | *79* | | 13 | **Организационный план осуществления проекта** | | | **80** | |  | 13.1 | *План-график реализации проекта* | | *80* | | 14 | **Нормативная информация** | | | **81** | |  | 14.1 | *Нормативная база* | | *81* | |  | 14.2 | *Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта* | | *82* | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Структура регионов по величине оборотных активов ломбардов, %  Диаграмма 2. Доля выручки ломбардов, зарегистрированных в разных регионах, %  Диаграмма 3. Структура ломбардов России по длительности существования на конец 2016 г., %  Таблица 1. Показатели эффективности проекта  Таблица 2. Особенности осуществления финансово-хозяйственной деятельности ломбарда  Таблица 3. Список документов, используемых при работе ломбарда  Таблица 4. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль  Таблица 5. Совокупный рейтинг ломбардов  Таблица 6. Основные данные  Таблица 7. Основные данные  Таблица 8. Основные данные  Таблица 9. Основные данные  Таблица 10. Основные данные  Таблица 11. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам (часть 1)  Таблица 12. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам (часть 2)  Таблица 13. Основные параметры плана продаж  Таблица 14. План продаж на расчетный период  Таблица 15. Состав и стоимость основного оборудования  Таблица 16. Управленческие расходы, руб.  Таблица 17. Прочие расходы, руб.  Таблица 18. План по расходам на первый год проекта, руб.  Таблица 19. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.  Таблица 20. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.  Таблица 21. План по доходам на первый год проекта, руб.  Таблица 22. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.  Таблица 23. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.  Таблица 24. Штатное расписание, тыс. руб.  Таблица 25. Инвестиционные затраты  Таблица 26. Затраты до выхода на безубыточность  Таблица 27. Расчет итоговой стоимости проекта  Таблица 28. Чистый денежный поток (1 год), тыс. руб.  Таблица 29. Чистый денежный поток (2 – 3 годы), тыс. руб.  Таблица 30. Чистый денежный поток (4 – 5 годы), тыс. руб.  Таблица 31. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.  Таблица 32. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 33. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 34. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.  Таблица 35. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.  Таблица 36. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.  Таблица 37. Показатели эффективности проекта  Таблица 38. Анализ чувствительности проекта  Таблица 39. График реализации проекта  Схема 1. Модель работы ломбарда (клиентский аспект). Выдача займа ломбардом  Схема 2. Модель работы ломбарда (клиентский аспект). Возврат залога. Реализация невозврата  Схема 3. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП ломбарда 2018.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**