|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план автомойки с финансовой моделью (выпуск 5)** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 21.09.2016 |
| Количество страниц | 66 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 проекта по предоставлению услуг по ручной мойке легковых машин и миниавтобусов в г. Москва на 4 поста с предварительной покупкой 15 соток земли.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 проекта по предоставлению услуг по ручной мойке легковых машин и миниавтобусов в г. Москва на 4 поста с предварительной покупкой 15 соток земли.Долгосрочные и краткосрочные цели проекта**Краткосрочная цель:** …**Долгосрочная цель:** ….Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 5 года (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** | **5** |
| 3 | **1. Резюме проекта** | **6** |
|  | 3.1 | *Суть проекта* | *6* |
|  | 3.2 | *Долгосрочные и краткосрочные цели проекта* | *6* |
|  | 3.3 | *Расчетные сроки проекта* | *6* |
|  | 3.4 | *Резюме комплекса маркетинга (4P) услуг* | *6* |
|  | 3.5 | *Стоимость проекта* | *7* |
|  | 3.6 | *Источники финансирования проекта* | *7* |
|  | 3.7 | *Выгоды и риски проекта* | *7* |
|  | 3.8 | *Ключевые экономические показатели эффективности проекта:* | *7* |
| 4 | **2. Описание услуги** | **9** |
|  | 4.1 | *Определение услуги* | *9* |
|  | 4.2 | *Сегментация услуги* | *9* |
|  | 4.3 | *Стоимость услуги. Принятая концепция ценообразования* | *10* |
|  | 4.4 | *Перспективы развития услуги* | *10* |
|  | 4.5 | *Лицензии, патенты, государственная поддержка услуг* | *11* |
| 5 | **3. Анализ рынка** | **12** |
|  | 5.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | *12* |
|  |  | 5.1.1 | Текущая ситуация в отрасли | 12 |
|  |  | 5.1.2 | Факторы, влияющие на отрасль | 12 |
|  |  | 5.1.3 | Сезонность автомоечного бизнеса | 13 |
|  | 5.2 | *Общие данные о рынке* | *13* |
|  |  | 5.2.1 | Объемы рынка автомоек | 13 |
|  | 5.3 | *Сегментация рынка* | *14* |
|  |  | 5.3.1 | Классификация автомоек | 14 |
|  |  | 5.3.2 | Услуги автомойки | 15 |
|  |  | 5.3.3 | Сравнение ручных и автоматических автомоек | 16 |
|  | 5.4 | *Конкурентный анализ* | *17* |
|  |  | 5.4.1 | Количественная и качественная характеристика | 18 |
|  |  | 5.4.2 | Анализ политики продвижения | 22 |
|  | 5.5 | *Анализ потребителей* | *22* |
|  |  | 5.5.1 | Сегментация потребителей по их потребностям | 22 |
|  | 5.6 | *Выбор и обоснование уникального достоинства продукции* | *24* |
| 6 | **4. Маркетинговый план** | **26** |
|  | 6.1 | *Уникальное достоинство услуги, позиционирование* | *26* |
|  | 6.2 | *Цены, ценовая политика. Обоснование цены на услуги.* | *26* |
|  | 6.3 | *Порядок осуществления продаж, сбыт услуги* | *26* |
|  | 6.4 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.* | *27* |
| 7 | **5. План продаж** | **31** |
|  | 7.1 | *Цены на конкретные услуги* | *31* |
|  | 7.2 | *Организация сбыта, каналы сбыта* | *33* |
|  | 7.3 | *План продаж на весь расчетный период* | *33* |
| 8 | **6. Производственная часть** | **35** |
|  | 8.1 | *Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги* | *35* |
|  | 8.2 | *Требование к поставщикам* | *36* |
|  | 8.3 | *Состав и стоимость оборудования* | *37* |
|  | 8.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | *39* |
|  | 8.5 | *Оценка затрат* | *40* |
|  |  | 8.5.1 | План по затратам | 42 |
|  | 8.6 | *Оценка доходов* | *45* |
|  | 8.7 | *6.1. Функциональное решение* | *47* |
|  |  | 8.7.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 47 |
| 9 | **7. Организационно-управленческая структура** | **48** |
|  | 9.1 | *Организационная структура предприятия* | *48* |
|  | 9.2 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | *48* |
|  | 9.3 | *Затраты на оплату труда* | *49* |
| 10 | **8. Финансовый план** | **50** |
|  | 10.1 | *Основные параметры расчетов* | *50* |
|  | 10.2 | *Объем финансирования* | *50* |
|  | 10.3 | *Показатели эффективности проекта* | *51* |
|  | 10.4 | *Основные формы финансовых расчетов* | *54* |
|  | 10.5 | *Анализ чувствительности* | *61* |
|  |  | 10.5.1 | Показатели эффективности проекта | 61 |
| 11 | **9. Организационный план осуществления проекта** | **63** |
|  | 11.1 | *План-график реализации проекта* | *63* |
| 12 | **10. Нормативная информация** | **64** |
|  | 12.1 | *Нормативная база* | *64* |
|  | 12.2 | *Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта* | *64* |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Доля услуг, оказываемых на автомойке, %Таблица 1. Основные показатели эффективности проектаТаблица 2. Факторы, влияющие на отрасльТаблица 3. Объем работы пятипостовой мойки самообслуживанияТаблица 4. Сравнительная характеристика крупнейших игроковТаблица 5. Классы автомобилейТаблица 6. Стоимость услуг автомойкиТаблица 7. План продаж, %Таблица 8. План продаж в натуральном выраженииТаблица 9. Состав оборудованияТаблица 10. Необходимая площадь помещения, кВ.мТаблица 11. Управленческие расходы, руб.Таблица 12. Прочие расходы, руб.Таблица 13. План по расходам на первый год проекта, руб.Таблица 14. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.Таблица 15. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.Таблица 16. План по доходам на первый год проекта, руб.Таблица 17. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.Таблица 18. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.Таблица 19. Штатное расписаниеТаблица 20. Инвестиционные затратыТаблица 21. Затраты до выхода на безубыточностьТаблица 22. Расчет итоговой стоимости проектаТаблица 23. Чистый денежный поток, 1 проекта, тыс. руб.Таблица 24. График окупаемости проекта, 2 и 3 год проекта, тыс. руб.Таблица 25. График окупаемости проекта, 4 и 5 год проекта, тыс. руб.Таблица 26. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.Таблица 27. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.Таблица 28. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.Таблица 29. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.Таблица 30. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.Таблица 31. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.Таблица 32. Основные показатели эффективности проектаТаблица 33. Анализ чувствительности проектаТаблица 34. График реализации проектаТаблица 35. время согласования услуг по юридическому сопровождению получения необходимых согласований и разрешенийСхема 1. Схема организации производственного процессаСхема 2. Организационная структура предприятия |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП автомойка 2016.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.**