|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план автозаправочной станции (с финансовой моделью) (выпуск 3)** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 17.08.2016 |
| Количество страниц | 76 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 автозаправочного комплекса на 4 заправочных поста, позволяющих вести торговлю четырьмя видами топлива. 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 автозаправочного комплекса.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 | **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) продукции* | *6* |
|  | 3.5 | *Стоимость проекта* | *7* |
|  | 3.6 | *Источники финансирования проекта* | *7* |
|  | 3.7 | *Выгоды и риски проекта* | *7* |
|  | 3.8 | *Ключевые показатели эффективности проекта* | *7* |
| 4 | **Анализ рынка** | **9** |
|  | 4.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | *9* |
|  |  | 4.1.1 | Текущая ситуация в отрасли | 9 |
|  | 4.2 | *Общие данные о рынке* | *9* |
|  |  | 4.2.1 | Объемы и емкость рынка | 9 |
|  |  | 4.2.2 | Темпы роста | 10 |
|  |  | 4.2.3 | Сегментация рынка | 12 |
|  |  | 4.2.4 | Сегментирование АЗС по основным наименованиям | 12 |
|  |  | 4.2.5 | Сегментирование Продукции по видам услуг | 13 |
|  | 4.3 | *Ценообразование на рынке* | *14* |
|  | 4.4 | *Конкурентный анализ* | *17* |
|  |  | 4.4.1 | Количественная и качественная характеристика | 18 |
|  |  | 4.4.2 | ОАО «Лукойл» | 18 |
|  |  | 4.4.3 | ОАО «НК «Роснефть» | 20 |
|  |  | 4.4.4 | Тенденции основных производителей продукции | 21 |
|  | 4.5 | *Анализ потребителей* | *21* |
| 5 | **Описание услуги** | **23** |
|  | 5.1 | *Основные определения и описание услуги* | *23* |
|  | 5.2 | *Сегментация услуги* | *23* |
|  | 5.3 | *Перспективы развития услуги* | *23* |
| 6 | **Маркетинговый план** | **24** |
|  | 6.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | *24* |
|  | 6.2 | *Ценовая политика* | *24* |
|  | 6.3 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | *25* |
| 7 | **План продаж** | **26** |
|  | 7.1 | *Цены на товары/услуги* | *26* |
|  | 7.2 | *Организация сбыта* | *26* |
|  | 7.3 | *Условия оплаты* | *26* |
|  | 7.4 | *План продаж на расчетный период* | *26* |
| 8 | **Производственная часть** | **27** |
|  | 8.1 | *Описание производственного процесса* | *27* |
|  | 8.2 | *Требования к поставщикам* | *27* |
|  | 8.3 | *Состав и стоимость оборудования* | *28* |
|  |  | 8.3.1 | Амортизация основных средств | 28 |
|  | 8.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | *28* |
|  | 8.5 | *Оценка затрат* | *29* |
|  |  | 8.5.1 | План по затратам | 31 |
|  | 8.6 | *Оценка доходов* | *33* |
| 9 | **Организационно-управленческая структура** | **34** |
|  | 9.1 | *Функциональное решение* | *34* |
|  |  | 9.1.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 34 |
|  |  | 9.1.2 | Система налогообложения | 34 |
|  | 9.2 | *Организационная структура* | *34* |
|  | 9.3 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | *35* |
|  | 9.4 | *Затраты на оплату труда* | *35* |
| 10 | **Финансовый план** | **37** |
|  | 10.1 | *Основные параметры расчетов* | *37* |
|  | 10.2 | *Объем финансирования* | *37* |
|  | 10.3 | *Основные формы финансовых расчетов* | *38* |
|  | 10.4 | *Основные формы бухгалтерской отчетности* | *39* |
|  |  | 10.4.1 | Отчет о прибылях и убытках | 39 |
|  |  | 10.4.2 | Отчет о движении денежных средств | 42 |
|  | 10.5 | *Анализ чувствительности* | *46* |
| 11 | **Организационный план осуществления проекта** | **48** |
|  | 11.1 | *План-график реализации проекта* | *48* |
| 12 | **Нормативная информация** | **49** |
| 13 | **Список приложений** | **50** |
|  | 13.1 | *Приложение 1* | *50* |
|  |  | 13.1.1 | Выдержки из правил технической эксплуатации автозаправочных станций | 50 |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Российское производство автомобильного бензина, 2011-2015 гг., тыс. тонн, %Диаграмма 2. Розничная продажа автомобильных бензинов, 2012-2015 гг., млрд. руб., %Диаграмма 3. Розничные продажи автомобильных бензинов в разрезе федеральных округов, 2015 г., %Диаграмма 4. Структура цены 1 л бензина АИ-92, июль 2014 г., %Диаграмма 5. Соотношение независимых АЗС и АЗС ВИНК в 2013 годуТаблица 1. Показатели эффективности проектаТаблица 2. План продажТаблица 3. Состав и стоимость основного оборудованияТаблица 4. Управленческие расходы, руб.Таблица 5. Коммерческие расходы, руб.Таблица 6. Прочие расходы, руб.Таблица 7. План по расходам на первый год проекта, руб.Таблица 8. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.Таблица 9. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.Таблица 10. План по доходам на первый год проекта, руб.Таблица 11. План по доходам на 2 и 3 годы проекта, руб.Таблица 12. План по доходам на 4 и 5 годы проекта, руб.Таблица 13. Штатное расписаниеТаблица 14. Инвестиционные затратыТаблица 15. Затраты до выхода на безубыточностьТаблица 16. Расчет итоговой стоимости проектаТаблица 17. Чистый денежный поток (1 год), тыс. руб.Таблица 18. Чистый денежный поток (2 – 3 годы), тыс. руб.Таблица 19. Чистый денежный поток (4 – 5 годы), тыс. руб.Таблица 20. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.Таблица 21. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.Таблица 22. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.Таблица 23. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.Таблица 24. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.Таблица 25. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.Таблица 26. Показатели эффективности проектаТаблица 27. Анализ чувствительности проектаСхема 1. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП туризм по ДВ 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.**