|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план фитнес-клуба 2019 с финансовой моделью (выпуск 6)** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 23.03.2019 |
| Количество страниц | 74 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 предприятия фитнес-клуба.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 фитнес-клуба низкого ценового сегмента, для оказания спортивно-оздоровительных услуг населению.Время работы: с 10-00 до 23-00 Общая площадь: 250 кв.м.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** |  |
|  |  | 1.1.1 | **Введение** | **5** |
| 2 | **РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА** | **6** |
|  | 2.1 | *Суть проекта* | *6* |
|  | 2.2 | *Цели проекта* | *6* |
|  | 2.3 | *Расчетные сроки проекта* | *6* |
|  | 2.4 | *Резюме комплекса маркетинга (4Р) услуг* | *6* |
|  | 2.5 | *Стоимость проекта* | *7* |
|  | 2.6 | *Источники финансирования проекта* | *7* |
|  | 2.7 | *Выгоды и риски проекта* | *7* |
|  | 2.8 | *Ключевые экономические показатели эффективности проекта* | *8* |
| 3 | **ОПИСАНИЕ УСЛУГ** | **9** |
|  | 3.1 | *Определение услуги* | *9* |
|  | 3.2 | *Сегментация услуги* | *9* |
|  |  | 3.2.1 | Сегментирование по наличию услуг | 9 |
|  |  | 3.2.2 | Сегментирование услуги по основным наименованиям | 10 |
|  | 3.3 | *Сегментация по потреблению* | *11* |
|  |  | 3.3.1 | Сегментирование по целевой аудитории | 11 |
|  |  | 3.3.2 | Сегментирование по цели потребления | 11 |
|  |  | 3.3.3 | Сегментирование по системе оплаты и вариантам членства | 12 |
|  | 3.4 | *Сегментирование по региону* | *12* |
|  | 3.5 | *Ценовое сегментирование* | *13* |
|  | 3.6 | *Основные тенденции* | *14* |
| 4 | **АНАЛИЗ РЫНКА** | **16** |
|  | 4.1 | *Основные количественные характеристики Рынка* | *16* |
|  | 4.2 | *Объем и емкость Рынка* | *16* |
|  |  | 4.2.1 | Объем Рынка в натуральном выражении | 16 |
|  |  | 4.2.2 | Объем Рынка в денежном выражении | 16 |
|  | 4.3 | *Темпы роста Рынка* | *17* |
|  | 4.4 | *Влияние сезонности на Рынок* | *18* |
|  | 4.5 | *Конкурентный анализ* | *19* |
|  | 4.6 | *Основные параметры конкуренции* | *19* |
|  | 4.7 | *Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний* | *19* |
|  |  | 4.7.1 | Russian Fitness Group | 19 |
|  |  | 4.7.2 | Страта Партнерс | 20 |
|  |  | 4.7.3 | X-Fit | 21 |
|  |  | 4.7.4 | Спорт Лэнд | 21 |
|  |  | 4.7.5 | World Gym | 21 |
|  |  | 4.7.6 | Gold’s Gym | 22 |
|  |  | 4.7.7 | Сравнительная характеристика крупнейших игроков рынка | 22 |
|  | 4.8 | *Резюме* | *27* |
|  | 4.9 | *Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями* | *27* |
| 5 | **Анализ потребителей** | **29** |
|  | 5.1 | *Описание потребителей* | *29* |
|  |  | 5.1.1 | Описание потребителей B2C | 29 |
|  |  | 5.1.2 | Описание потребителей В2В | 33 |
|  |  | 5.1.3 | Сегментирование по потребностям | 34 |
|  | 5.2 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | *34* |
|  | 5.3 | *Важность критериев при выборе фитнес-клуба и фитнес-услуги* | *35* |
| 6 | **МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН** | **37** |
|  | 6.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | *37* |
|  | 6.2 | *Ценовая политика* | *37* |
|  | 6.3 | *Порядок осуществление продаж / оказания услуг* | *38* |
|  | 6.4 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | *38* |
| 7 | **ПЛАН СБЫТА** | **40** |
|  | 7.1 | *Цены на конкретные позиции услуги* | *40* |
|  | 7.2 | *Организация сбыта, каналы сбыта* | *40* |
|  | 7.3 | *Производственная часть* | *41* |
|  | 7.4 | *Описание технологического процесса. Технологическая схема организации услуг* | *41* |
|  | 7.5 | *Требования к поставщикам* | *42* |
|  | 7.6 | *Состав и стоимость оборудования* | *42* |
|  |  | 7.6.1 | Технические характеристики | 42 |
|  |  | 7.6.2 | Оборудование | 42 |
|  | 7.7 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | *44* |
|  | 7.8 | *Оценка затрат* | *44* |
|  |  | 7.8.1 | План по затратам | 46 |
|  | 7.9 | *Оценка доходов* | *48* |
| 8 | **Функциональное решение** | **50** |
|  |  | 8.1.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 50 |
| 9 | **ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА** | **51** |
|  | 9.1 | *Организационная структура предприятия* | *51* |
|  | 9.2 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | *51* |
|  | 9.3 | *Затраты на оплату труда* | *52* |
| 10 | **ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН** | **53** |
|  | 10.1 | *Основные параметры расчетов* | *53* |
|  | 10.2 | *Объем финансирования* | *53* |
|  | 10.3 | *Основные формы финансовых расчетов* | *54* |
|  | 10.4 | *Основные формы бухгалтерской отчетности* | *57* |
|  |  | 10.4.1 | Отчет о прибылях и убытках | 57 |
|  |  | 10.4.2 | Отчет о движении денежных средств | 62 |
|  | 10.5 | *Анализ чувствительности* | *71* |
| 11 | **Организационный план осуществления проекта** | **73** |
|  | 11.1 | *План-график реализации проекта* | *73* |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Структура рынка фитнес-услуг в России, %Диаграмма 2. Структура рынка фитнес-услуг г. Москвы и МО, % от оборотаДиаграмма 3. Объем рынка фитнес-услуг в натуральном выражении, ед.Диаграмма 4. Объем рынка фитнес-услуг в денежном выражении 2010-2016 гг., млрд. руб.Диаграмма 5. Структура рынка фитнес-услуг в России, %Диаграмма 6. Места занятий спортом населения 2017 г., %Диаграмма 7. Предпочтения потребителей фитнес-услуг по видам, %Диаграмма 8. Частота посещений потребителями фитнес-клубов, %Таблица 1. Ключевые показатели проектаТаблица 2. Уровень цен в ценовых сегментах г. Москвы и МО, тыс. руб.Таблица 3. Количество фитнес-центров в разрезе городов 2018г., ед.Таблица 4. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрамТаблица 5. Стоимость одного занятия в фитнес-клубеТаблица 6. План продаж на первый год проекта, ед.Таблица 7. План продаж на 2-3 годы проекта, ед.Таблица 8. План продаж на 4-5 годы проекта, ед.Таблица 9. Состав и стоимость основного оборудованияТаблица 10. Площадь помещений фитнес-клубаТаблица 11. Управленческие затраты в месяц, руб.Таблица 12. Прочие затраты, 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. Затраты на оплату трудаТаблица 20. Инвестиционные затратыТаблица 21. Затраты до выхода на безубыточностьТаблица 22. Расчет итоговой стоимости проектаТаблица 23. Чистый денежный поток (1 год), тыс. руб.Таблица 24. Чистый денежный поток (2 – 3 годы), тыс. руб.Таблица 25. Чистый денежный поток (4 – 5 годы), 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. Показатели эффективности проектаТаблица 33. Анализ чувствительности проектаТаблица 34. График реализации проектаСхема 1. Организационная структура фитнес-клуба |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП фитнес-клуб 2019.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.**