

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН КЛИНИНГОВОЙ КОМПАНИИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

Дата выпуска отчета:
декабрь 2010 г.

г. Москва





Содержание

Аннотация.....	5
<i>Суть проекта</i>	<i>5</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	<i>5</i>
<i>Расчетные сроки проекта</i>	<i>6</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	<i>6</i>
<i>Стоимость проекта</i>	<i>6</i>
<i>Источники финансирования проекта</i>	<i>6</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>7</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта.....</i>	<i>7</i>
Полное содержание исследования	8
<i>Список диаграмм</i>	<i>10</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>10</i>
<i>Список схем</i>	<i>11</i>
<i>Список приложений</i>	<i>11</i>
Выдержки из исследования.....	12
<i>Определение услуги.....</i>	<i>12</i>
<i>Сегментация услуги.....</i>	<i>12</i>
3. Анализ рынка	13
<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	<i>13</i>
<i>Текущая ситуация в отрасли</i>	<i>13</i>
<i>Факторы, влияющие на отрасль.....</i>	<i>13</i>
<i>Объемы рынка</i>	<i>13</i>
<i>Сегментация рынка.....</i>	<i>13</i>
<i>Ценообразование на рынке.....</i>	<i>14</i>
<i>Конкурентный анализ.....</i>	<i>14</i>
<i>Количественная и качественная характеристика.....</i>	<i>14</i>
<i>Тенденции основных игроков рынка</i>	<i>16</i>
<i>Сегментация игроков рынка.....</i>	<i>16</i>



<i>Анализ потребителей</i>	16
<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	16
4. Маркетинговый план	17
<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	17
<i>Ценовая политика</i>	17
<i>Порядок оказания услуг</i>	17
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	17
5. План продаж	18
<i>Цены на конкретные виды услуг</i>	18
<i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	18
<i>План продаж на весь расчетный период</i>	18
6. Производственная часть	19
<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги</i>	19
<i>Состав и стоимость оборудования</i>	19
<i>Оценка доходов</i>	19
6.1. Функциональное решение	19
<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	19
7. Организационно-управленческая структура	20
<i>Организационная структура</i>	20
<i>Затраты на оплату труда</i>	20
8. Финансовый план	21
<i>Основные параметры расчетов</i>	21
<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	21
<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	25
<i>Анализ чувствительности</i>	27
<i>Показатели эффективности проекта</i>	27
9. Организационный план осуществления проекта	28



<i>План-график реализации проекта</i>	28
10. Нормативная информация	29
<i>Нормативная база:</i>	29
<i>Необходимые лицензии и разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)</i>	29
11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ	30
Список приложений	31



АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие клининговой компании

К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рассматриваемого рынка
2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса
3. План сбыта
4. Производственная часть
5. Организационная структура предприятия
6. Финансовый план
7. Нормативная база

Предлагаемый бизнес-план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание клининговой компании, предоставляющей услуги по уборке помещений, поддержанию чистоты, уходу за объектами недвижимости и прилегающими к ним территориями.

Специализация – коммерческая недвижимость.

Необходимая площадь – 25 м².

Время работы – 10 часов в день.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочные цели проекта: выход на рынок клининговых услуг, создание базы постоянных клиентов, закрепление в штате компании постоянных сотрудников, создание положительного образа компании, получение прибыли.



Долгосрочные цели проекта: закрепление на рынке клининговых услуг, увеличение количества основного персонала, расширение оказываемых услуг, выход на новые рынки (кейтеринг, сервисное обслуживание инженерных систем), минимизация издержек, расширение сферы влияния и как следствие выход на региональный рынок.

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – ... года.

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

Продукт – Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента главными преимуществами будут: индивидуальный подход к клиенту, качество уборки, вежливость персонала, наличие специальных акций для постоянных клиентов.

Цена – Цена будет формироваться на основе конкурентного метода ценообразования, с учетом себестоимости оказания услуг. Цена услуг зависит от площади помещения, его заставленности и проходимости, скорости выполнения работ, количества привлекаемого персонала и использования специального оборудования.

Сбыт – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения.

Продвижение – Наиболее эффективным каналом коммуникации с клиентом будет реклама через Интернет.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций – ... РУБ.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.



ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды:

- получение стабильной прибыли
- создание известного «имени» компании
- расширение доли рынка
- выход на региональные рынки

Риски:

- неудачное позиционирование компании
- поиск и удержание персонала, занятого уборкой
- высокая конкуренция на рынке
- экономический кризис
- форс-мажорные обстоятельства

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

Ставка дисконтирования – ...%.

Срок окупаемости проекта - ... месяца

Срок окупаемости проекта дисконтированный – ... месяцев

Планируемый объем продаж – ... USD/год

Внутренняя норма рентабельности IRR, год. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Кол-во страниц: 61 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 2 диаграммы, 25 таблиц, 1 схема, 3 приложения



ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	Содержание		
2	Введение		5
3	1. Резюме проекта		7
	3.1	<i>Суть проекта</i>	7
	3.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	7
	3.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	7
	3.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	7
	3.5	<i>Стоимость проекта</i>	8
	3.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	8
	3.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	8
	3.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	8
4	2. Описание услуги		10
	4.1	<i>Определение услуги</i>	10
	4.2	<i>Сегментация услуги</i>	10
	4.3	<i>Стоимость услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	11
	4.4	<i>Перспективы развития услуги</i>	11
	4.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка услуг</i>	11
5	3. Анализ рынка		12
	5.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	12
		5.1.1 Текущая ситуация в отрасли	12
		5.1.2 Факторы, влияющие на отрасль	13
	5.2	<i>Общие данные о рынке</i>	13
		5.2.1 Объемы рынка	13
	5.3	<i>Сегментация рынка</i>	14
	5.4	<i>Ценообразование на рынке</i>	14
	5.5	<i>Конкурентный анализ</i>	15
		5.5.1 Количественная и качественная характеристика	15
		5.5.2 Тенденции основных игроков рынка	19
		5.5.3 Сегментация игроков рынка	19
	5.6	<i>Анализ потребителей</i>	21
	5.7	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	23
6	4. Маркетинговый план		24
	6.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	24
	6.2	<i>Ценовая политика</i>	24



	6.3	<i>Порядок оказания услуг</i>	25
	6.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	25
7	5. План продаж		27
	7.1	<i>Цены на конкретные виды услуг.</i>	27
	7.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	27
	7.3	<i>План продаж на весь расчетный период</i>	27
8	6. Производственная часть		31
	8.1	<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги</i>	31
	8.2	<i>Требования к поставщикам</i>	32
	8.3	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	32
	8.4	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	33
		8.4.1 <i>Амортизация основных средств</i>	34
	8.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	34
	8.6	<i>Оценка доходов</i>	35
	8.7	<i>6.1. Функциональное решение</i>	38
		8.7.1 <i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	38
9	7. Организационно-управленческая структура		39
	9.1	<i>Организационная структура</i>	39
	9.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	39
	9.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	41
10	8. Финансовый план		42
	10.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	42
	10.2	<i>Объем финансирования</i>	42
	10.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	43
	10.4	<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	46
	10.5	<i>Анализ чувствительности</i>	48
		10.5.1 <i>Показатели эффективности проекта</i>	48
		10.5.2 <i>Основные параметры бизнес-плана:</i>	49
11	9. Организационный план осуществления проекта		51
	11.1	<i>План-график реализации проекта</i>	51
12	10. Нормативная информация		52
	12.1	<i>Нормативная база:</i>	52
	12.2	<i>Необходимые лицензии и разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)</i>	53
13	11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ		54
14	Список приложений		55



14.1	<i>Приложение 1. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества</i>	55
14.2	<i>Приложение 2. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью</i>	57
14.3	<i>Приложение 3. Выдержки из ГОСТР ИСО 9001-2008. Требования к системам менеджмента качества</i>	59

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Распределение игроков рынка по городам, %

Диаграмма 2. Доли различных групп потребителей, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль клининга.

Таблица 2. Объемы российского рынка клининга, млн. долл., 2005-2009 гг.

Таблица 3. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 4. Клининговые компании, разделенные по размеру

Таблица 5. Характеристика сегментов потребителей клининговых услуг

Таблица 6. Оценка сегментов потребителей клининговых услуг

Таблица 7. План выхода на полную мощность, в мес.

Таблица 8. План продаж, часть 1, ед.

Таблица 9. План продаж, часть 2, ед.

Таблица 10. Схема работы компании

Таблица 11. Состав и стоимость основного оборудования, руб.

Таблица 12. Постоянные затраты в месяц, руб.

Таблица 13. Переменные затраты в месяц, руб.

Таблица 14. Оказываемые услуги, их количество и стоимость, руб.

Таблица 15. План по доходам (часть 1), руб.

Таблица 16. План по доходам (часть 2), руб.

Таблица 17. Штатное расписание

Таблица 18. Затраты на открытие

Таблица 19. Затраты на установку сигнализаций, руб.

Таблица 20. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы



Таблица 21. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 1), руб.

Таблица 22. План движения денежных средств (Cash Flow) (часть 2), руб.

Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках (часть 1), руб.

Таблица 24. Отчет о прибылях и убытках (часть 2), руб.

Таблица 25. График реализации проекта

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Организационная структура

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества

Приложение 2. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью

Приложение 3. Выдержки из ГОСТР ИСО 9001-2008. Требования к системам менеджмента качества



Выдержки из исследования

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УСЛУГИ

Функциональной задачей клининговой компании является удовлетворение потребностей частных лиц и организаций в **поддержании чистоты жилых и рабочих помещений и прилегающих территорий.**

Основной услугой, которую будет предоставлять компания – ежедневная и генеральная уборка помещений и прилегающих к ней территорий. Также компания в услуги компании входит специальная уборка.

Сегментация услуги

В перечень оказываемых услуг входит:

1. Ежедневная уборка
2. Генеральная уборка
3. Специальная уборка:
4. Обустройство территорий:

...



3. АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

Последние годы рынок клининговых услуг в России стремительно развивался. Ежегодные докризисные темпы роста оцениваются департаментом маркетинговых исследований ...в пределах ...%. В 2009 году темп роста рынка составил ...%, этот показатель меньше докризисной величины, однако показывает, что рынок несильно пострадал.

...

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

Для удобства выделим положительные и отрицательные факторы в таблице.

...

ОБЪЕМЫ РЫНКА

Приведем данные об объемах рынка в табличном виде:

ТАБЛИЦА 1. Объемы российского рынка клининга, млн. долл., 2005-2009 гг.

Годы	2006	2007	2008	2009

Источник:...

...

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

На рынке присутствуют клининговые компании трех видов:

1. Специализирующиеся на разовой уборке квартир и офисов (послестроительной и генеральной),
2. Специализирующиеся на ежедневном обслуживании коммерческой недвижимости,
3. Работающие в узких нишах (например, занимающиеся химчисткой ковровых покрытий).



ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

Стоимость услуг клининговой компании складывается из множества затратных статей...

...

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И КАЧЕСТВЕННАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

Российский рынок клининговых услуг составляют порядка ... компаний, основной услугой которых является уборка различных видов помещений.

...



Таблица 2. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Компании	Год основания	Географический охват	Виды уборки	Клиенты	Сильные стороны

Источник:



ТЕНДЕНЦИИ ОСНОВНЫХ ИГРОКОВ РЫНКА

...

СЕГМЕНТАЦИЯ ИГРОКОВ РЫНКА

Игровых рынка можно разделить по нескольким критериям:

- по численности персонала, занятого в уборке
- по объектам чистки
- по специализации

...

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Потребителей клининговых услуг можно сегментировать по следующим критериям:

- специфика помещений (офисы, торговые/складские/промышленные площади)
- площадь помещений

...

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ДОСТОИНСТВА ПРОДУКЦИИ

...



4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Проектируемая компания будет оказывать услуги по ежедневной, генеральной и специальной уборке помещений (офисных и торговых). Основными критериями выбора клининговой компании являются:

...

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Цена будет рассчитываться на основе конкурентного метода ценообразования, с учетом себестоимости оказания услуг.

....

ПОРЯДОК ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

...

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ

.....



5. План продаж

ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ВИДЫ УСЛУГ.

Цена рассчитывается на основе конкурентного метода ценообразования, с учетом себестоимости оказания услуг.

В данном бизнес-плане представлены средние цены на клининговые услуги:

....

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА. КАНАЛЫ СБЫТА.

Услуги будут оказываться **непосредственно конечному потребителю.**

Система сбыта будет состоять из следующих этапов:

...

План продаж на весь расчетный период

...



6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГИ

Работа фирмы будет состоять из следующих этапов (Таблица 10):

...

СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

...

ОЦЕНКА ДОХОДОВ

...

6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

В качестве организационно-правовой формы для клининговой компании рекомендуется выбрать общество с ограниченной ответственностью. Выбор такой организационно-правовой формы связан с тем, что:

...



7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

СХЕМА 1. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

...

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

...



Месяц	Расходы, руб.	Доходы, руб.	Налог на прибыль, руб.	Итого, руб.	Прибыль до налогов, руб.

Планируется, что проект окупит себя с ... месяца после начала осуществления первых операций (таких как оформление документов, поиск помещения, поиск персонала, покупка оборудования и пр.).



Таблица 6. План движения денежных средств (CASH FLOW) (часть 1), руб.

Показатели	1 год					2 год				
	I	II	III	IV	Всего	I	II	III	IV	Всего
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	Операционная деятельность									
	Инвестиционная деятельность									

9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Таблица 10. График реализации проекта

№	Наименование работ	Месяц			
		1	2	3	4, 5 и далее
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					

...

10. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

НОРМАТИВНАЯ БАЗА:

...

НЕОБХОДИМЫЕ ЛИЦЕНЗИИ И РАЗРЕШЕНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА (СРОКИ И СТОИМОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ)

....

11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

...

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

...

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88