

Название отчета	<b>ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН КАДРОВОГО АГЕНТСТВА (С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ)</b>		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	17.10.2013		
Количество страниц	88 стр.		
Язык отчета	русский		
Стоимость (руб.)	24 000 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	<p><b>Цель БП:</b> Создание кадрового агентства оказывающего услуги по подбору пакета резюме и подбору кадров, на среднерыночных условиях.</p> <p>Бизнес - план содержит следующие основные блоки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описание рассматриваемого рынка</li> <li>2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса</li> <li>3. План сбыта</li> <li>4. Производственная часть</li> <li>5. Организационная структура предприятия</li> <li>6. Финансовый план</li> <li>7. Нормативная база</li> </ol> <p>Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта.</p> <p><b>Выдержки из БП:</b> <i>Суть проекта</i> По состоянию на 2012 год содержится информация о .... юридических лицах, идентифицируемых в названии как кадровое агентство, ...% из них зарегистрированы на территории города Москвы. Средние темпы прироста в отрасли могут быть оценены на уровне ...% в год. Наибольшие темпы прироста в отрасли наблюдались в 2005 году – ...% наименьшие в 2010 году .... Стоит отметить, что отрасль ..... на кризис. Наибольшие обороты рынок кадровых услуг имеет в финансовой отрасли (...%), а также в производстве и реализации ТНП (..%). Наименьший оборот пришелся на профессиональные услуги и консалтинг (..%). В 2012 году оборот организаций, предоставляющих услуги по видам деятельности услуги по подбору персонала и услуги по трудоустройству составил....млрд. RUR. Долгосрочные и краткосрочные цели проекта <b>Краткосрочная цель:</b> .....</p> <p><b>Долгосрочная цель:</b> .....</p> <p><b>Расчетные сроки проекта</b> Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	<b>Введение</b>	<b>5</b>
	2	<b>Резюме проекта</b>	<b>6</b>
	2.1	<i>Суть проекта</i>	6
	2.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
	2.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	6
	2.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
	2.5	<i>Стоимость проекта</i>	7
	2.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	7
	2.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	7
	2.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	7

3	<b>Глоссарий</b>	<b>8</b>
4	<b>Описание товара/услуги</b>	<b>10</b>
4.1	<i>Определение товара/услуги</i>	10
4.2	<i>Сегментация товара/услуги</i>	10
4.3	<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	10
4.4	<i>Перспективы развития товара/услуги</i>	11
4.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг</i>	11
5	<b>Анализ рынка</b>	<b>13</b>
5.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	13
5.1.1	Текущая ситуация в отрасли	14
5.1.2	Факторы, влияющие на отрасль	20
5.2	<i>Общие данные о рынке</i>	21
5.2.1	Характеристика Рынка	21
5.2.2	Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении	27
5.3	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	29
5.4	<i>Тенденции развития Рынка</i>	29
5.5	<i>Сегментация рынка</i>	30
5.6	<i>Сегментирование объектов рынка по типу услуг</i>	30
5.7	<i>Сегментирование объектов рынка по функциональному охвату услуг на рынке труда</i>	30
5.8	<i>Сегментирование объектов рынка по отраслевой направленности</i>	30
5.9	<i>Сегментирование объектов рынка по типу клиентов</i>	31
5.10	<i>Сегментирование объектов рынка по принадлежности к сетевой структуре</i>	31
5.11	<i>Сегментирование объектов рынка по географическим признакам</i>	32
5.12	<i>Сегментирование объектов рынка по основному виду деятельности</i>	32
5.13	<i>Участие в отраслевых объединениях</i>	33
5.14	<i>Основные тенденции в сегментах</i>	34
5.15	<i>Ценообразование на рынке</i>	35
5.16	<i>Конечные потребители</i>	37
5.16.1	потенциальные потребители услуг	37
5.16.2	Сегментация потребителей по их потребностям	37
5.16.3	описание основных сегментов потребителей	37
5.16.4	потребительские предпочтения основных сегментов потребителей	38
5.16.5	Выбор и обоснование целевого сегмента	38
5.17	<i>Конкурентный анализ</i>	40
5.17.1	Сравнительная характеристика игроков рынка	41
6	<b>Маркетинговый план</b>	<b>62</b>
6.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	62
6.2	<i>Ценовая политика</i>	62

	6.3	<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	62
		<i>Концепция рекламы и PR. Программа по</i>	
	6.4	<i>организации рекламы</i>	63
7		<b>План продаж</b>	<b>64</b>
	7.1	<i>Цены на конкретные виды товара</i>	64
	7.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта</i>	64
	7.3	<i>План продаж на весь расчетный период</i>	65
8		<b>Производственная часть</b>	<b>66</b>
	8.1	<i>Описание основного бизнес процесса</i>	66
	8.2	<i>Требования к поставщикам</i>	70
	8.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	70
	8.3.1	Технические характеристики	70
		Производственное и офисное	
	8.3.2	оборудование	70
	8.4	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	71
	8.5	<i>Оценка доходов</i>	72
	8.6	<i>Функциональное решение</i>	74
		Выбор и обоснование типа	
	8.6.1	предприятия	74
9		<b>Организационно-управленческая структура</b>	<b>75</b>
	9.1	<i>Организационная структура</i>	75
	9.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	75
	9.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	76
10		<b>Финансовый план</b>	<b>78</b>
	10.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	78
	10.2	<i>Объем финансирования</i>	78
	10.3	<i>Основные формы финансовых документов</i>	80
	10.3.1	Отчет о прибылях и убытках	80
		Отчет о движении денежных	
	10.3.2	средств (БДДС, Cash Flow)	81
	10.4	<i>Анализ чувствительности</i>	84
		Показатели эффективности	
	10.4.1	проекта	84
		Изменение основных параметров	
	10.4.2	бизнес-плана:	84
11		<b>Организационный план осуществления проекта</b>	<b>86</b>
	11.1	<i>План-график реализации проекта</i>	86
12		<b>Нормативная информация</b>	<b>87</b>
	12.1	<i>Нормативная база:</i>	87
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	Диаграмма 1. Динамика среднегодовой численности безработных в Российской Федерации в 2003-2012гг.,% Диаграмма 2. Динамика численности безработных в Российской Федерации за 1-2 квартал 2012-2013 года по методологии МОТ Диаграмма 3. Динамика потребности в кадрах в 2008-2012гг, % Диаграмма 4. Региональная структура организаций идентифицируемых в названии как кадровое агентство на территории РФ по состоянию на 12.12.2012г. Диаграмма 5. Кадровые агентства, ликвидированные по упрощенной процедуре с 2010 по 2012гг. Диаграмма 6. Валовая добавленная стоимость по кодам ОКВЭД 74.5, 74.6,74.7, 74.8 с 2003 по 2011 гг., млрд. руб.		

Диаграмма 7. Темпы прироста добавленной стоимости по кодам ОКВЭД 74.5, 74.6, 74.7, 74.8 с 2004 по 2011 гг., %

Диаграмма 8. Оборот организаций, предоставляющих услуги по видам деятельности услуги по подбору персонала и услуги по трудоустройству в 2012 году, млрд. RUR

Диаграмма 9. Структура оборота организаций, оказывающих услуги по трудоустройству, найму и подбору персонала в 2012 году, %

Диаграмма 10. Оборот организаций, предоставляющих услуги по трудоустройству, найму и подбору персонала в январе-июле 2012-2013гг, млрд. RUR, %

Таблица 1. Динамика структуры потребности в рабочей силе в 2008-2012 г., %

Таблица 2. Среднемесячная заработная плата по видам экономической деятельности в РФ в 2012 году

Таблица 3. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль

Таблица 4. Количество предприятий с ОКВЭД 74.50.2 в 2005-2007гг.

Таблица 5. Исходные и расчетные данные для определения емкости рынка кадровых агентств в натуральном выражении в 2011 году

Таблица 6. Исходные и расчетные данные емкости рынка услуг кадровых агентств в 2012 году в денежном выражении, млрд. руб.

Таблица 7. Основные сведения об отраслевых объединениях кадровых агентств

Таблица 8. Обзор мероприятий основных игроков на рынке услуг в области HR в 2012-2013гг

Таблица 9. Сравнительная характеристика кадровых агентств по основным параметрам

Таблица 10. Базовый Прайс-лист на услуги кадрового агентства по подбору персонала, руб.

Таблица 11. Структура объема продаж кадрового агентства по отраслям

Таблица 12. Состав и стоимость основного оборудования

Таблица 13. Постоянные затраты в месяц, руб.

Таблица 14. Ежемесячный план по доходам кадрового агентства в заданных параметрах финансовой модели

Таблица 15. План по доходам, тыс. руб.

Таблица 16. Штатное расписание, тыс. руб.

Таблица 17. Основные параметры финансовой модели кадрового агентства

Таблица 18. Структура расходов на финансирование одновременных затрат

Таблица 19. Отчет о прибылях и убытках за первый год

Таблица 20. Отчет о прибылях и убытках за второй год

Таблица 21. Отчет о прибылях и убытках за третий год

Таблица 22. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow). 1 год, тыс. руб.

Таблица 23. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow). 2 год, тыс. руб.

Таблица 24. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow). 3 год, тыс. руб.

Таблица 25. Результирующие показатели проекта

Таблица 26. Результирующие показатели проекта при снижении арендной платы за кв. м. на 1%

Таблица 27. Результирующие показатели проекта при снижении среднемесячной заработной платы на 1%

Таблица 28. Результирующие показатели проекта при снижении количества клиентов на 1%

Таблица 29. Результирующие показатели проекта при снижении доли подбора пакета резюме под вакансию на 1%

Таблица 30. График реализации проекта

Схема 1. Кадровое агентство в системе ОКВЭД РФ

Схема 2. Модель работы кадрового агентства (клиентский ракурс). Подготовка и заключение договора

Схема 3. Модель работы кадрового агентства (клиентский аспект). Подбор пакета резюме.

Схема 4. Модель работы кадрового агентства (клиентский аспект). Подбор персонала.

Схема 5. Организационная структура кадрового агентства

# Маркетинговое Агентство Step by Step

109004, г. Москва, Николаямский пер. д.3А, стр.2

Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, [www.step-by-step.ru](http://www.step-by-step.ru)



Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	БП Кадрового агентства_2013.pdf

Маркетинговое Агентство Step by Step 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 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 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 – член Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.