

Название отчета	ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ЛОМBARДА	
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step	
Дата выхода отчета	13.12.2012	
Количество страниц	77 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>Цель БП: Создание ломбарда</p> <p>Бизнес - план содержит следующие основные блоки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта.</p> <p>Выдержки из БП:</p> <p><i>Суть проекта</i> Создание ломбарда с обширным перечнем имущества, принимаемого под залог, на среднерыночных условиях. Среднее количество зарегистрированных ломбардов на 100 тыс. жителей составляло в целом по Российской Федерации –, по городам РФ - ... процент неликвидированных ломбардов из числа содержащихся в государственном реестре составляет порядка 81,36%. По данным Лиги ломбардов оборот рынка ломбардов составляет:</p> <ul style="list-style-type: none"> • По России ... млрд. рублей в месяц по одной оценке или \$...млрд. в год по другой оценке; • По Москвемлрд. рублей в месяц или ... млрд. рублей в год. <p><i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i> Краткосрочная цель:</p> <p><i>Долгосрочная цель:</i></p> <p><i>Расчетные сроки проекта</i> Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).</p>	
Подробное оглавление/содержание отчета	<ol style="list-style-type: none"> 1 Введение 2 Резюме проекта <ol style="list-style-type: none"> 2.1 <i>Суть проекта</i> 2.2 <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i> 2.3 <i>Расчетные сроки проекта</i> 2.4 <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i> 2.5 <i>Стоимость проекта</i> 2.6 <i>Источники финансирования проекта</i> 2.7 <i>Выгоды и риски проекта</i> 2.8 <i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i> 3 Глоссарий 	<p>5</p> <p>6</p> <p>6</p> <p>6</p> <p>6</p> <p>6</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>8</p>

4	Описание товара/услуги	9
4.1	<i>Определение товара/услуги</i>	9
4.2	<i>Сегментация товара/услуги</i>	9
4.3	<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	9
4.4	<i>Перспективы развития товара/услуги</i>	9
4.5	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг</i>	10
5	Анализ рынка	16
5.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	16
5.1.1	Текущая ситуация в отрасли	16
5.1.2	Факторы, влияющие на отрасль	16
5.2	<i>Общие данные о рынке</i>	17
5.2.1	Объем Рынка в натуральном выражении	17
5.2.2	Объем Рынка в денежном выражении	22
5.2.3	Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении	23
5.3	<i>Темпы роста Рынка</i>	24
5.4	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	24
5.5	<i>Тенденции развития Рынка</i>	24
5.6	<i>Сегментация рынка</i>	25
5.7	<i>Сегментирование объектов рынка по типу залога</i>	25
5.8	<i>Сегментирование объектов рынка по направленности</i>	27
5.9	<i>Сегментирование объектов рынка по принадлежности к государственным структурам</i>	28
5.10	<i>Сегментирование объектов рынка по принадлежности к сетевой структуре</i>	29
5.11	<i>Сегментирование объектов рынка по географическим признакам</i>	30
5.12	<i>Участие в отраслевых объединениях</i>	32
5.13	<i>Основные тенденции в сегментах</i>	33
5.14	<i>Ценообразование на рынке</i>	34
5.15	<i>Конкурентный анализ</i>	36
5.15.1	Сравнительная характеристика игроков рынка	37
5.16	<i>Анализ потребителей</i>	41
5.17	<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	44
6	Маркетинговый план	45
6.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	45
6.2	<i>Ценовая политика</i>	45
6.3	<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	45
6.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	45
7	План продаж	47
7.1	<i>Цены на конкретные виды товара</i>	47
7.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта</i>	47
7.3	<i>План продаж на весь расчетный период</i>	48
8	Производственная часть	51
8.1	<i>Описание основного бизнес процесса</i>	51

	8.2	<i>Требования к поставщикам</i>	54
	8.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	54
	8.3.1	Технические характеристики	54
	8.3.2	Производственное и офисное оборудование	54
	8.4	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	56
	8.5	<i>Оценка доходов</i>	57
	8.6	<i>Функциональное решение</i>	59
	8.6.1	Выбор и обоснование типа предприятия	59
	9	Организационно-управленческая структура	60
	9.1	<i>Организационная структура</i>	60
	9.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	60
	9.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	60
		Финансовый	62
	10	план	62
	10.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	62
	10.2	<i>Объем финансирования</i>	62
	10.3	<i>Основные формы финансовых документов</i>	64
	10.3.1	Отчет о прибылях и убытках	64
	10.3.2	Отчет о движении денежных средств (БДДС, Cash Flow)	68
	10.4	<i>Анализ чувствительности</i>	71
	10.4.1	Показатели эффективности проекта	71
	10.4.2	Основные параметры бизнес-плана:	71
	11	Организационный план осуществления проекта	74
	11.1	<i>План-график реализации проекта</i>	74
	12	Нормативная информация	75
	12.1	<i>Нормативная база:</i>	75
	12.2	<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта</i>	76
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Структура распределения числа зарегистрированных ломбардов по регионам Российской Федерации, %</p> <p>Диаграмма 2. Сведения о рассмотрении дел о банкротстве ломбардов арбитражными судами на территории Российской Федерации с 2002 по 2012 год</p> <p>Диаграмма 3. Динамика количества ломбардов в РФ в 2007-2012гг., юр. лиц</p> <p>Диаграмма 4. Темпы прироста количества ломбардов в России, 2007-2012, юр. лиц.</p> <p>Диаграмма 5. Доля сетевых и несетевых ломбардов в денежном обороте, в %.</p> <p>Диаграмма 6. Структура распределения игроков по центральному федеральному округу, %</p> <p>Диаграмма 7. Структура распределения игроков по Сибирскому федеральному округу, %</p> <p>Диаграмма 9. Доли посетителей ломбардов, %</p> <p>Диаграмма 10. Соотношение посетителей ломбардов по полу, %</p> <p>Диаграмма 11. Распределение посетителей по количеству обращений, %</p> <p>Диаграмма 12. Частота обращений клиентов ломбарда, %</p> <p>Диаграмма 13. Основные залоговые обеспечения, %</p> <p>Таблица 1. Особенности осуществления финансово-хозяйственной деятельности ломбарда</p> <p>Таблица 2. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль</p> <p>Таблица 3. Количество зарегистрированных ломбардов в РФ по данным ЕГРЮЛ на 10.12.2012</p>		

	<p>Таблица 4. Исходные и расчетные данные среднегодового темпа прироста количества ломбардов в Российской Федерации с 2007 по 2012гг.</p> <p>Таблица 5. Основные сведения об основных отраслевых объединениях ломбардов в РФ</p> <p>Таблица 6. Условия работы ломбардов в России и в мире</p> <p>Таблица 7. Рейтинг ломбардов Российской Федерации в 2012 году по данным http://business-rating.net</p> <p>Таблица 8. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам</p> <p>Таблица 9. Основные параметры ценообразования ломбарда</p> <p>Таблица 10. Основные параметры плана продаж</p> <p>Таблица 11. План продаж на весь расчетный период, тыс. руб.</p> <p>Таблица 12. Состав и стоимость основного оборудования</p> <p>Таблица 13. Состав и стоимость офисного оборудования</p> <p>Таблица 14. Состав и стоимость оборудования системы безопасности</p> <p>Таблица 15. Постоянные затраты в месяц, руб.</p> <p>Таблица 16. Ежемесячный план по доходам ломбарда в заданных параметрах финансовой модели</p> <p>Таблица 17. План по доходам, руб. Часть I</p> <p>Таблица 18. План по доходам, тыс. руб. Часть II</p> <p>Таблица 19. Штатное расписание, тыс. руб.</p> <p>Таблица 20. Основные параметры финансовой модели ломбарда</p> <p>Таблица 21. Структура расходов на финансирование единовременных затрат</p> <p>Таблица 22. Отчет о прибылях и убытках за первый год, тыс. руб.</p> <p>Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках за второй год, тыс. руб.</p> <p>Таблица 24. Отчет о прибылях и убытках за третий год, тыс. руб.</p> <p>Таблица 25. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow). 1 год</p> <p>Таблица 26. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow). 2 год</p> <p>Таблица 27. Отчет о движении денежных средств (Cash Flow). 3 год</p> <p>Таблица 28. Результирующие показатели проекта</p> <p>Таблица 29. Результирующие показатели проекта при снижении средней суммы по кредиту на 1%</p> <p>Таблица 30. Результирующие показатели проекта при снижении среднего количества клиентов за час на 1%</p> <p>Таблица 31. Результирующие показатели проекта при снижении средней процентной ставки за день на 1%</p> <p>Таблица 32. Результирующие показатели проекта при снижении средней наценки на выкуп на 1%</p> <p>Таблица 33. Результирующие показатели проекта при снижении среднего процента потерь по невыкупу на 1%</p> <p>Схема 1. Типы залогов в ломбардах</p> <p>Схема 2. Модель работы ломбарда (клиентский аспект). Выдача займа ломбардом</p> <p>Схема 3. Модель работы ломбарда (клиентский аспект). Возврат залога. Реализация невозврата.</p> <p>Схема 4. Организационная структура</p>
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	БП_Ломбард_2012.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

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



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.**