

Название отчета	ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ МАГАЗИНА АВТОЗАПЧАСТЕЙ																																	
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step																																	
Дата выхода отчета	27.12.2012																																	
Количество страниц	53 стр.																																	
Язык отчета	русский																																	
Стоимость (руб.)	24 000 руб.																																	
<p>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>	<p>Цель БП: Открытия магазина автозапчастей</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> Если в 2008 году доля автозапчастей на отечественные автомобили составляла %, то на 2011 год этот показатель снизился до%. В 2011 году на российские конвейеры было поставлено автокомпонентов на сумму свышемлрд. долл. Это намлрд. больше, чем в 2010 году. В настоящее время доля автосервисов в общем объеме продаж автозапчастей составляет не более ..%.</p> <p>Уникальными достоинствами магазина будут:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <p>Итого ежемесячная сумма закупок будет составлять млн. руб. Сумма продаж составит..... млн. руб.</p> <p>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта Краткосрочная цель:</p> <p>Долгосрочная цель:</p> <p>Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).</p>																																	
<p>Подробное оглавление/содержание отчета</p>	<table border="0"> <tr> <td>1</td> <td>Введение</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Резюме проекта</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>2.1</td> <td><i>Суть проекта</i></td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>2.2</td> <td><i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i></td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>2.3</td> <td><i>Расчетные сроки проекта</i></td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>2.4</td> <td><i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i></td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>2.5</td> <td><i>Стоимость проекта</i></td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>2.6</td> <td><i>Источники финансирования проекта</i></td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>2.7</td> <td><i>Выгоды и риски проекта</i></td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>2.8</td> <td><i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i></td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Описание товара/услуги</td> <td>9</td> </tr> </table>	1	Введение	5	2	Резюме проекта	7	2.1	<i>Суть проекта</i>	7	2.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	7	2.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	7	2.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	7	2.5	<i>Стоимость проекта</i>	8	2.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	8	2.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	8	2.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	8	3	Описание товара/услуги	9
1	Введение	5																																
2	Резюме проекта	7																																
2.1	<i>Суть проекта</i>	7																																
2.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	7																																
2.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	7																																
2.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	7																																
2.5	<i>Стоимость проекта</i>	8																																
2.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	8																																
2.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	8																																
2.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	8																																
3	Описание товара/услуги	9																																

	3.1	Определение товара/услуги	9
	3.2	Сегментация товара/услуги	9
	3.3	Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования	9
	3.4	Перспективы развития товара/услуги	9
	3.5	Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг	10
	3.5	Сертификация	10
4	Анализ рынка		12
	4.1	Анализ положения дел в отрасли	12
	4.1.1	Текущая ситуация в отрасли	12
	4.1.2	Факторы, влияющие на отрасль	12
	4.2	Общие данные о рынке	13
	4.2.1	Объемы рынка	13
	4.2.2	Сегментация рынка	15
	4.2.3	Сегментация запчастей	16
	4.2.4	Классификация автозапчастей	19
	4.2.5	Ценовое сегментирование Продукции	20
	4.3	Ценообразование на рынке	21
	4.4	Конкурентный анализ	21
	4.4.1	Количественная и качественная характеристика	21
	4.4.2	Тенденции основных игроков	27
	4.4.3	Анализ политики продвижения	28
	4.5	Анализ потребителей	28
	4.6	Выбор и обоснование уникального достоинства продукции	29
5	Маркетинговый план		30
	5.1	Уникальные достоинства, позиционирование	30
	5.2	Ценовая политика	30
	5.3	Порядок осуществление продаж / оказания услуг	30
	5.4	Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы	30
6	План продаж		32
	6.1	Цены на конкретные виды товара/услуги	32
	6.2	План продаж на весь расчетный период	32
7	Производственная часть		34
	7.1	Описание производственного процесса. Организация услуги	34
	7.2	Требования к поставщикам	34
	7.3	Состав и стоимость оборудования	35
	7.3.1	Производственное и офисное оборудование	35
	7.4	Оценка и обоснование необходимых ресурсов	36
	7.5	Оценка постоянных и переменных	36

	<i>затрат</i>	
	7.6	Оценка доходов 37
	7.7	Функциональное решение 37
	7.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия 37
8		Организационно-управленческая структура 38
	8.1	Организационная структура 38
	8.2	Специализация, количество и состав сотрудников 38
	8.3	Затраты на оплату труда 39
9		Финансовый план 40
	9.1	Основные параметры расчетов 40
	9.2	Объем финансирования 40
	9.3	Основные формы финансовых расчетов 41
	9.4	Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты) 48
	9.5	Основные формы финансовых расчетов 48
	9.6	Анализ чувствительности 50
	9.6.1	Показатели эффективности проекта 50
	9.6.2	Основные параметры бизнес-плана: 50
10		Организационный план осуществления проекта 52
	10.1	План-график реализации проекта 52
11		Обязательные процедуры 53
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Долевое соотношение качественных и сомнительных автозапчастей, 2012 г.</p> <p>Диаграмма 2. Долевое распределение рынка автозапчастей, %</p> <p>Диаграмма 3. Спрос на отдельные запчасти, млн. долл.</p> <p>Диаграмма 4. Долевое распределение оригинальных запчастей и контрафактной продукции, %</p> <p>Диаграмма 5. Доля розничных точек в общем объеме продаж автозапчастей, %</p> <p>Таблица 1. Сравнительный анализ крупнейших розничных сетей по продаже автозапчастей</p> <p>Таблица 2. Средние рыночные цены на автозапчасти, руб.</p> <p>Таблица 3. План продаж. Доля товарных категорий в общем объеме продаж, %, руб.</p> <p>Таблица 4. Состав и стоимость основного оборудования</p> <p>Таблица 5. Площадь помещения, кв.м.</p> <p>Таблица 6. Постоянные и переменные затраты в месяц, руб.</p> <p>Таблица 7. Штатное расписание</p> <p>Таблица 8. Затраты на открытие</p> <p>Таблица 9. График окупаемости проекта, тыс. руб. Свод доходы-расходы. 1 часть</p> <p>Таблица 10. График окупаемости проекта, тыс. руб. Свод доходы-расходы. 2я часть</p> <p>Таблица 11. График окупаемости проекта, тыс. руб. Свод доходы-расходы. 3я часть</p> <p>Таблица 12. План движения денежных средств (Cash Flow), тыс. руб., часть I</p> <p>Таблица 13. План движения денежных средств (Cash Flow), тыс. руб. 2я часть</p> <p>Таблица 14. План движения денежных средств (Cash Flow). тыс. руб. 3я часть</p> <p>Таблица 15. Инвестиционные затраты</p>	

	Таблица 16. Отчет о прибылях и убытках. 1 часть Таблица 17. Отчет о прибылях и убытках. 2 часть Таблица 18. Отчет о прибылях и убытках. 3 часть Таблица 19. Основные расчетные показатели эффективности проекта Таблица 20. Основные расчетные показатели эффективности проекта при увеличении стоимости аренды на 1% Таблица 21. Основные расчетные показатели эффективности проекта при увеличении ФОТ на 1% Таблица 22. Основные расчетные показатели эффективности проекта при уменьшении торговой наценки на 1% Таблица 23. График реализации проекта Схема 2. Организационная структура
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	BP_Автосервис _ 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 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.