

Название отчета	ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ ДЕТСКОГО ДОСУГОВОГО ЦЕНТРА (С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ)	
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step	
Дата выхода отчета	11.12.2012	
Количество страниц	62 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: открытие детского досугового центра</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: <i>Суть проекта</i> Открытие детского досугового центра. К основным услугам относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> • • • <p>Перспективы развития услуги можно определить исходя из.... В 2011 году количество в Москве насчитывалось детских досуговых центров. В 2012 году их количество увеличилось на ...%, в результате чего на московском рынке насчитывалось уже ... детских досуговых центров различного формата. Учитывая, что на данный момент в городе насчитывается ... государственных центров дополнительного детского образования и ...частных, можно сделать вывод, что объем рынка детских досуговых центров Москвы в 2012 году составил ... предприятий.</p> <p><i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i> Краткосрочная цель:</p> <p>Долгосрочная цель:</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> 	<p>5</p> <p>6</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>

	<i>Ключевые экономические показатели</i>	7
	2.8 <i>эффективности проекта:</i>	
3	Описание услуги	8
	3.1 <i>Определение услуги</i>	9
	3.2 <i>Сегментация услуги</i>	9
	3.3 <i>Стоимость услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	11
	3.4 <i>Перспективы развития услуги</i>	11
	3.5 <i>Лицензии, патенты, государственная поддержка услуг</i>	12
4	Лицензирование	12
	Государственная поддержка предпринимательства в области оказания услуг по уходу за детьми	14
5	Анализ рынка	15
	6.1 <i>Анализ положения дел в отрасли</i>	15
7	Текущая ситуация в отрасли	15
8	Факторы, влияющие на отрасль	18
	8.1 <i>Общие данные о рынке</i>	19
9	Объемы и емкость рынка	19
	9.1 <i>Темпы роста</i>	21
	9.2 <i>Сегментация рынка</i>	21
10	Правовая основа государственных досуговых центров	22
11	Частные детские досуговые центры	23
	11.1 <i>Ценообразование на рынке</i>	24
	11.2 <i>Скидки</i>	
	11.3 <i>Конкурентный анализ</i>	26
	11.4 <i>Количественная и качественная характеристика</i>	
	11.4.1 <i>Детский клуб «Сами с усами»</i>	27
	11.4.2 <i>Детский клуб «Город друзей»</i>	27
	11.4.3 <i>Детские развивающие центры «Сема»</i>	28
	11.4.4 <i>Детские развивающие центры «ЯСАМ»</i>	29
	11.4.5 <i>Семейный центр «Ого Город»</i>	30
12	Тенденции основных производителей продукции	35
13	Анализ политики продвижения	35
	13.1 <i>Анализ потребителей</i>	36
	13.2 <i>Выбор и обоснование уникального достоинства услуги</i>	36
14	Маркетинговый план	38
	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	38
	14.1 <i>Ценовая политика</i>	38
	14.2 <i>Порядок оказания услуг</i>	39
	14.3 <i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	39
15	План продаж	42
	15.1 <i>Цены на конкретные виды услуги.</i>	42

	15.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	43
	15.3	<i>План продаж на весь расчетный период</i>	44
	16	Производственная часть	45
		<i>Описание производственного процесса.</i>	45
	16.1	<i>Технологическая схема организации услуги</i>	46
	16.2	<i>Требования к поставщикам</i>	46
	16.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	46
	17	Технические характеристики	46
	18	Производственное и офисное оборудование.	47
	19	Амортизация основных средств	48
		<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	49
	19.1	<i>ресурсов</i>	49
	20	Для функционирования детского досугового центра необходимы следующие ресурсы:	49
	20.1	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	50
	20.2	<i>Оценка доходов</i>	51
	20.3	<i>Функциональное решение</i>	52
	21	Выбор и обоснование типа предприятия	52
	22	Организационно-управленческая структура	53
	22.1	<i>Организационная структура</i>	53
		<i>Специализация, количество и состав</i>	53
	22.2	<i>сотрудников</i>	54
	22.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	54
	23	Финансовый план	55
	23.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	55
	23.2	<i>Объем финансирования</i>	55
	23.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (руб.)</i>	55
	23.4	<i>Основные формы финансовых документов</i>	56
	24	Отчет о прибылях и убытках	56
	25	Отчет о движении денежных средств (БДДС, Cash Flow)	57
		<i>Показатели эффективности проекта.</i>	60
	25.1	<i>Анализ чувствительности проекта</i>	60
	26	Показатели эффективности проекта	60
	27	Анализ чувствительности бизнес-плана:	60
	28	Организационный план осуществления проекта	62
	28.1	<i>План-график реализации проекта</i>	62
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	Таблица 1. Программы и направления досугового центра Таблица 2. Степень обеспеченности детскими дошкольными учреждениями в различных Федеральных округах России Таблица 3. Количество государственных учреждений дошкольного образования в Москве в 2012 г. Таблица 4. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль Таблица 5. Объём и темпы роста московского рынка детских досуговых центров Таблица 6. Сравнительный анализ досуговых центров Москвы Таблица 7. Сравнительная характеристика количественных и качественных показателей основных игроков рынка Таблица 8. Цены на основные услуги досугового центра Таблица 9. Цены на дополнительные услуги досугового центра Таблица 10. Состав и стоимость производственного оборудования		

	Таблица 11. Состав и стоимость офисного оборудования Таблица 12. Состав и стоимость оборудования системы безопасности Таблица 13. Сроки использования основных средств и размер амортизационных отчислений Таблица 14. Площадь помещений детского досугового центра Таблица 15. Постоянные затраты в месяц, руб. Таблица 16. затраты на закупку расходных материалов в месяц, руб. Таблица 17. Выручка предприятия в первые полгода работы, руб. Таблица 18. Состав предприятия Таблица 19. Штатное расписание Таблица 20. Затраты на открытие Таблица 21. Отчет о прибылях и убытках за первый год Таблица 22. Отчет о прибылях и убытках за второй год Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках за третий год Таблица 24. <i>Отчет о движении денежных средств (Cash Flow)</i> . 1 год, руб. Таблица 25. <i>Отчет о движении денежных средств (Cash Flow)</i> . 2 год, тыс. руб. Таблица 26. <i>Отчет о движении денежных средств (Cash Flow)</i> . 3 год, тыс. руб. Таблица 27. Основные показатели эффективности Бизнес плана Таблица 28. Основные показатели эффективности Бизнес плана при изменении среднемесячной заработной платы на 1% Таблица 29. Основные показатели эффективности Бизнес плана при изменении арендной платы на 1% Таблица 30. График реализации проекта Схема 1. Организационная структура
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	БП_ДДЦ_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.