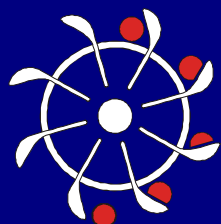


ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК (ТАКСИ) С СОБСТВЕННЫМ ШТАТОМ ВОДИТЕЛЕЙ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено МА Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. МА 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. МА 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 МА Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

АННОТАЦИЯ

Цели исследования

Создание таксомоторного предприятия с собственным штатом водителей и автопарком 35 автомобилей.

Представленная информация

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

- Описание услуг
- Анализ рынка
- Маркетинговый план
- План сбыта
- Производственная часть
- Функциональное решение
- Организационно-управленческая структура
- Финансовый план
- Нормативная информация
- Организационный план осуществления проекта

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Суть проекта

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

Расчетные сроки проекта

Резюме комплекса маркетинга продукции

Стоимость проекта

Источники финансирования проекта

Выгоды и риски проекта

Ключевые экономические показатели эффективности проекта

2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Функциональное назначение услуг

Виды продукции

Стоимость услуг, принятая концепция ценообразования

Требования к контролю качества

Возможности для дальнейшего развития услуг

Патентно-лицензионная защита услуг

3. АНАЛИЗ РЫНКА

Анализ положения дел в отрасли

Текущая ситуация в отрасли

Факторы, влияющие на отрасль

Тенденции развития отрасли

Общие данные о рынке

Объем рынка, потенциальная емкость рынка

Структура рынка

Ценообразование на рынке

Конечные потребители

Потенциальные потребители услуг

Оценка сегментов потребителей

Потребительские предпочтения основных сегментов потребителей

Выбор и обоснование целевого сегмента

Конкурентный анализ

Описание и анализ потенциальных конкурентов

Выбор и обоснование уникального достоинства услуги

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Уникальное достоинство продукта, позиционирование

Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию.

Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта

Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.

5. ПЛАН СБЫТА

Цены на конкретные виды услуг

Организация сбыта, каналы сбыта

План продаж на весь расчетный период

6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

Описание производственного процесса

Требования к поставщикам

Состав основного оборудования

Оценка и обоснование необходимых ресурсов

Оценка постоянных и переменных затрат при производстве продукции и оказании услуг

План оказания услуг на расчетный период

6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

Выбор и обоснование типа предприятия

Выбор и обоснование дополнительных сервисов

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Организационная структура предприятия

Специализация, количество и состав сотрудников

Затраты на оплату труда

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Параметры финансовой части бизнес-плана

Объем финансирования

Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)

Состав и характер доходов от деятельности (план по доходам)

Принципы расчета постоянных и операционных расходов (план по расходам)

Отчет о прибылях и убытках (показывает операционную деятельность предприятия по периодам)

График окупаемости проекта

Показатели эффективности проекта

Внутренняя норма рентабельности, возврата инвестиций, Internal Rate of Return (IRR)

Срок окупаемости дисконтированный (Discounted payback period; (PBP) мес)

9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативная база

Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)

10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

План-график реализации проекта

Необходимые трудовые ресурсы для реализации проекта

ПРИЛОЖЕНИЯ

Список Приложений

Приложение 1. Должностные инструкции персонала предприятия

Директор

Бухгалтер

Администратор

Менеджер по работе с корпоративными клиентами

Телефонный оператор

Водитель

Механик

Охранник

Уборщица

Приложение 2. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества

Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью

СПИСОК ДИГРАММ И ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль
- Таблица 2. Минимальная стоимость заказа
- Таблица 3. Состав основного оборудования
- Таблица 4. Распределение площадей под необходимые помещения
- Таблица 5. План оказания услуг
- Таблица 6. Штатное расписание
- Таблица 7. Затраты на открытие магазина
- Таблица 8. Постоянные и переменные затраты, USD
- Таблица 9. Отчет о прибылях и убытках, USD
- Таблица 10. График окупаемости проекта, USD
- Таблица 11. Календарный план

- Диаграмма 1. Структура рынка по количеству машин
- Диаграмма 2. Структура рынка по объему извоза
- Диаграмма 3. Структура рынка потребления.

- Схема 1. Организационная структура.

СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС- ПЛАНА

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание таксомоторного предприятия

- § Автопарк – 35 автомобилей,
- § Необходимая офисная площадь – 35 м2,

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Г. Москва.

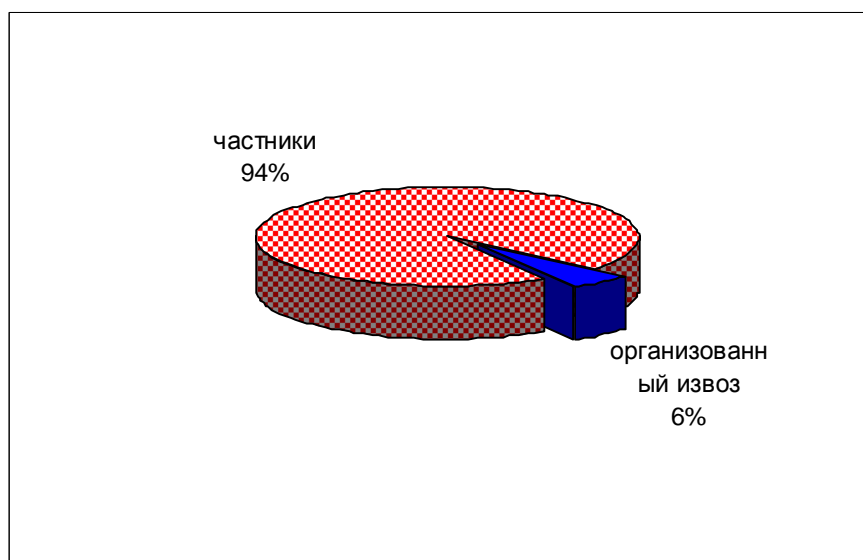
МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Кабинетное исследование

ОПИСАНИЕ СТРУКТУРЫ РЫНКА

Зарегистрированных компаний, занимающихся перевозкой граждан, в Москве чуть больше сотни, однако официально им принадлежит всего около 3 тыс. машин. В то время как ежедневно на улицах Москвы берут себе пассажиров до 50 тыс. частных.

ДИАГРАММА 1. СТРУКТУРА РЫНКА ПО КОЛИЧЕСТВУ МАШИН



ОПИСАНИЕ СЕГМЕНТОВ РЫНКА

Можно выделить две большие группы потребителей:

- § Частные клиенты
- § Корпоративные клиенты

Москве ежедневно услугами частных перевозчиков пользуются до 500 тыс. человек. На московском рынке таксомоторных услуг доля корпоративных клиентов достигает порядка 30% от всего рынка.

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ.

Главной целью рекламы на первом этапе является информирование потенциальных потребителей о создаваемом предприятии и перечне предлагаемых услуг с указанием уникальных достоинств (от 2-3 месяцев до полугода, рекламные объявления в периодических специализированных печатных изданиях, реклама на радио и телевидении, наружная реклама и указатели). Для усиления эффекта необходимо четко определить фирменную символику

(название, цвета), а также продумать систему накопительных скидок и поощрений постоянным клиентам.

На следующем этапе возможно применение так называемой **напоминающей рекламы**, которая позволит сохранить прежних клиентов (а удержание старых клиентов в несколько раз дешевле привлечения новых) и привлечь новых. Поддержание положительного общественного мнения о предприятия является одной из составляющих успеха.

Таксомоторное предприятие получит клиента, сможет окончательно закрепиться на рынке, лишь сделав свой телефонный номер или бренд широко известным.

1. Одной из форм напоминающей рекламы являются визитки. Цветные визитки можно разместить на видном месте в магазинах, гостиницах (стоит каждая 3-7 коп., но остается в кармане-портмоне потенциальных клиентов, как правило, только каждая десятая из них). Отдельное направление работы — офисные центры: на столике с корреспонденцией должна лежать визитка с вашим номером вызова такси.

2. Не стоит забывать, что многие люди ищут нужную информацию в Интернете, поэтому с самого первого момента организации предприятия пассажирских перевозок необходимо создать Интернет-сайт предприятия и разместить информацию о нем в существующих базах данных.

3. Со временем вашу службу будет рекламировать «оранжевый фонарик» с номером телефона на крыше такси. Поэтому так важно, чтобы номер был удобным для запоминания.

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА, КАНАЛЫ СБЫТА

Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения, т.е. услуга будет предоставляться непосредственно ее конечным потребителям.

В процессе взаимодействия с частными клиентами будут принимать две группы персонала – диспетчеры и водители. Взаимодействие с корпоративными клиентами будет осуществлять менеджер по работе с корпоративными клиентами.

ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКЦИИ И ОКАЗАНИИ УСЛУГ

При производстве продукции **постоянные расходы** в первые 18 месяцев будут на уровне ***** USD в месяц, а **переменные расходы** на ***** USD в месяц, так как в первые 18 месяцев будет выплачиваться кредит за приобретенные автомобили (**% от первоначальной стоимости за *** и **% - за ***). Затем **постоянные затраты** снизятся до ***** USD в месяц.

В целом в первые 18 месяцев затраты будут составлять *** USD, а после погашения кредита - ***** USD в месяц.**

К постоянным относятся следующие статьи затрат:

- Аренда помещений,
- Фонд оплаты труда,
- Коммуникации и инфраструктура,
- Реклама и продвижение,
- Выплаты по кредиту (первые 18 месяцев),
- Плата за многоканальный номер,
- Выплаты в фонд пенсионного страхования,
- Услуги автомойки,
- Плановое техническое обслуживание автомобилей,

К переменным относятся затраты на уплату налогов и покупку бензина.

Маркетинговое Агентство Step by Step работает на рынке маркетинговых услуг 5 лет. Сегодня мы активные участники следующих **рынков**:

- Рынок недвижимости
- Рынок торговой недвижимости
- Рынок торговых предприятий
- Рынок промышленных предприятий
- Рынок HoReCa
- ИТ-рынок

Готовые инициативные исследования занимают в портфеле нашего Агентства значительную долю. На сегодняшний день мы являемся лидерами рынка инициативных исследований. В портфеле Маркетингового Агентства 100 готовых исследований (с каждым днем их количество увеличивается) по ключевым направлениям работы Агентства, а так же по многим перспективным и развивающимся рынкам.

Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра

- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-

экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.