

Название отчета	ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ОТКРЫТИЯ МАЛОГО ПРОИЗВОДСТВА ЛАКОВ И КРАСОК
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step
Дата выхода отчета	20.07.2012
Количество страниц	61 стр.
Язык отчета	русский
Стоимость (руб.)	20 000 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: создание малого производства лаков и красок на три производственные линии общей площадью ... м²</p> <p>К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).</p> <p>Бизнес - план содержит следующие основные блоки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Описание товара/услуги 2. Анализ рынка 3. Маркетинговый план 4. План продаж 5. Производственная часть 6. Организационно-управленческая структура 7. Финансовый план 8. Организационный план осуществления проекта 9. Нормативная информация <p>Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).</p> <p>Выдержки из БП: Суть проекта Создание малого производства лаков и красок на три производственные линии общей площадью ... м².</p> <p>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта Краткосрочная цель: выход на рынок производства ЛКМ, создание узнаваемого имени, производство качественной продукции, получение прибыли.</p> <p>Долгосрочная цель: расширение номенклатуры продукции, расширение объемов производства.</p> <p>Расчетные сроки проекта - ... года.</p> <p>Резюме комплекса маркетинга (4Р) услуг</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Производство качественной продукции, широкий ассортимент товара. ✓ Средний ценовой сегмент продажи ЛКМ; ✓ Сбыт продукции мелким оптовым компаниям и напрямую в малые розничные точки (магазины, павильоны) ✓ Расположение производства на территории завода. <p>Стоимость проекта Необходимый объем инвестиций – ... руб.</p> <p>Источники финансирования проекта Собственные средства.</p>

	<p>Выгоды и риски проекта Выгоды: коммерческие и социальные (производство и продажа товаров ЛКМ, предоставление рабочих мест). Риски: создание нового производства, т. е. увеличение конкуренции на рынке.</p> <p>Ключевые экономические показатели эффективности проекта</p> <ul style="list-style-type: none"> • Период окупаемости – ... мес. • Дисконтированный период окупаемости (ставка дисконтирования – ...% годовых) – ... мес. • Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта ... месяцев (ставка дисконтирования – ...% годовых) – ... руб. • Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта ... месяцев IRR (год) – ...% , IRR (месяц) – ...%. <p>Данный Бизнес-план разработан с учётом влияния кризисных явлений и, как следствие, даёт возможность создания компании с хорошими перспективами развития. Подготовленный специалистами нашей компании данный Бизнес-план проверен ведущими экспертами рынка. Кроме того, к готовому бизнес-плану прилагается уже заполненная Финансовая модель. Данная Финмодель демонстрирует все произведённые расчеты и даёт возможность изменять любые исходные параметры для каждой конкретной ситуации. Также она позволяет корректировать бизнес-процессы непосредственно во время создания данного бизнеса и его дальнейшего функционирования и развития.</p>																																										
<p>Подробное оглавление/содержание отчета</p>	<table border="0"> <tr> <td>1. Введение</td> <td style="text-align: right;">6</td> </tr> <tr> <td>2. Резюме проекта</td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td> 2.1. Суть проекта</td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td> 2.2. Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td> 2.3. Расчетные сроки проекта</td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td> 2.4. Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td> 2.5. Стоимость проекта</td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td> 2.6. Источники финансирования проекта</td> <td style="text-align: right;">7</td> </tr> <tr> <td> 2.7. Выгоды и риски проекта</td> <td style="text-align: right;">8</td> </tr> <tr> <td> 2.8. Ключевые экономические показатели эффективности проекта</td> <td style="text-align: right;">8</td> </tr> <tr> <td>3. Описание товара/услуги</td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> <tr> <td> 3.1. Определение товара/услуги</td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> <tr> <td> 3.2. Сегментация товара/услуги</td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> <tr> <td> 3.3. Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования</td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> <tr> <td> 3.4. Перспективы развития товара/услуги</td> <td style="text-align: right;">9</td> </tr> <tr> <td> 3.5. Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг</td> <td style="text-align: right;">10</td> </tr> <tr> <td>4. Анализ рынка</td> <td style="text-align: right;">11</td> </tr> <tr> <td> 4.1. Анализ положения дел в отрасли</td> <td style="text-align: right;">11</td> </tr> <tr> <td> 4.1.1. Текущая ситуация в отрасли</td> <td style="text-align: right;">11</td> </tr> <tr> <td> 4.1.2. Факторы, влияющие на отрасль</td> <td style="text-align: right;">11</td> </tr> <tr> <td> 4.2. Общие данные о рынке</td> <td style="text-align: right;">12</td> </tr> </table>	1. Введение	6	2. Резюме проекта	7	2.1. Суть проекта	7	2.2. Долгосрочные и краткосрочные цели проекта	7	2.3. Расчетные сроки проекта	7	2.4. Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции	7	2.5. Стоимость проекта	7	2.6. Источники финансирования проекта	7	2.7. Выгоды и риски проекта	8	2.8. Ключевые экономические показатели эффективности проекта	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	4. Анализ рынка	11	4.1. Анализ положения дел в отрасли	11	4.1.1. Текущая ситуация в отрасли	11	4.1.2. Факторы, влияющие на отрасль	11	4.2. Общие данные о рынке	12
1. Введение	6																																										
2. Резюме проекта	7																																										
2.1. Суть проекта	7																																										
2.2. Долгосрочные и краткосрочные цели проекта	7																																										
2.3. Расчетные сроки проекта	7																																										
2.4. Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции	7																																										
2.5. Стоимость проекта	7																																										
2.6. Источники финансирования проекта	7																																										
2.7. Выгоды и риски проекта	8																																										
2.8. Ключевые экономические показатели эффективности проекта	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																																										
4. Анализ рынка	11																																										
4.1. Анализ положения дел в отрасли	11																																										
4.1.1. Текущая ситуация в отрасли	11																																										
4.1.2. Факторы, влияющие на отрасль	11																																										
4.2. Общие данные о рынке	12																																										

	4.2.1. Объемы рынка	12
4.3.	<i>Сегментация рынка</i>	13
4.3.1.	Основные определения	13
4.3.2.	Сегментация по основным видам	14
4.3.3.	Сегментация ЛКМ по природе плёнкообразующего вещества	15
4.3.4.	Сегментация ЛКМ по преимущественному назначению	16
4.3.5.	Тенденции в основных сегментах	17
4.4.	<i>Ценообразование на рынке</i>	18
4.4.1.	Тенденции в продаже ЛКМ	19
4.5.	<i>Конкурентный анализ</i>	19
4.5.1.	Количественная и качественная характеристика	19
4.5.2.	Сравнительная характеристика основных производителей на рынке	22
4.5.3.	Тенденции основных производителей продукции	26
4.5.4.	Анализ политики продвижения	26
4.6.	<i>Анализ потребителей</i>	26
4.6.1.	Основные тенденции в потребительском сегменте	31
4.7.	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	31
5.	Маркетинговый план	32
5.1.	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	32
5.2.	<i>Ценовая политика</i>	32
5.3.	<i>Порядок осуществление продаж</i>	32
5.4.	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	32
6.	План продаж	33
6.1.	<i>Цены на конкретные виды товара</i>	33
6.2.	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта</i>	33
6.3.	<i>План продаж на весь расчетный период</i>	34
7.	Производственная часть	36
7.1.	<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема организации услуги</i>	36
7.2.	<i>Требования к поставщикам</i>	37
7.3.	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	37
7.4.	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	39
7.5.	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	39
7.6.	<i>Оценка доходов</i>	41
7.7.	<i>Функциональное решение</i>	41
7.7.1.	Выбор и обоснование типа предприятия	41
8.	Организационно-управленческая структура	43
8.1.	<i>Организационная структура</i>	43
8.2.	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	43
8.3.	<i>Затраты на оплату труда</i>	44
9.	Финансовый план	45

	<p>9.1. Основные параметры расчетов 45</p> <p>9.2. Объем финансирования 45</p> <p>9.3. Основные формы финансовых расчетов (USD) 46</p> <p>9.4. Основные формы финансовых расчетов (USD) 49</p> <p>9.5. Анализ чувствительности 51</p> <p>9.5.1. Показатели эффективности проекта 51</p> <p>9.5.2. Основные параметры бизнес-плана 51</p> <p>10. Организационный план осуществления проекта 53</p> <p>10.1. План-график реализации проекта 53</p> <p>11. Нормативная информация 54</p> <p>11.1. Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта 54</p> <p>12. Список приложений 57</p> <p>12.1. Приложение 1. Рецептурная карта акриловой краски 57</p> <p>12.2. Приложение 2. Список основных материалов для производства ВД красок 57</p> <p>12.3. Приложение 3. Список поставщиков 58</p> <p>12.3.1. Список поставщиков вспомогательных компонентов 58</p> <p>12.3.2. Список поставщиков полимерных дисперсий (латекс, акрил) 59</p> <p>12.3.3. Список поставщиков дисперсии ПВА (поливинилацетат, ПВАД) 60</p> <p>12.3.4. Список поставщиков тонкодисперсных наполнителей (мел, диоксид титана) 60</p> <p>12.3.5. Список поставщиков диоксида титана 61</p> <p>12.3.6. Список поставщиков П/Э тары 61</p>
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Список диаграмм</p> <p>Диаграмма 1. Объем рынка ЛКМ в России в 2009-2012 гг., тыс. тонн</p> <p>Диаграмма 2. Прогноз развития рынка ЛКМ в России в 2011-2015 гг., тыс. тонн</p> <p>Диаграмма 3. Структура рынка ЛКМ в России в 2011 году</p> <p>Диаграмма 4. 10-ка крупнейших заводов-производителей ЛКМ, %</p> <p>Диаграмма 5. Структура потребления продукции на рынке В2В, %</p> <p>Диаграмма 6. Предпочтение потребителей по марке (производителю) ЛКМ, %</p> <p>Диаграмма 7. Наиболее важные качества краски, %</p> <p>Диаграмма 8. Наиболее часто встречающиеся претензии к качеству ЛКМ, %</p> <p>Список таблиц</p> <p>Таблица 1. Преимущественное назначение ЛКМ</p> <p>Таблица 2. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке ЛКМ</p> <p>Таблица 3. Цены на продукцию ЛКМ, руб/кг</p> <p>Таблица 4. Стоимость тары, руб.</p> <p>Таблица 5. План продаж на весь расчетный период, ед.</p> <p>Таблица 6. Состав и стоимость производственного оборудования, руб.</p> <p>Таблица 7. Состав и стоимость вспомогательного оборудования, руб.</p> <p>Таблица 8. Состав и стоимость офисного оборудования, руб.</p> <p>Таблица 9. Состав и стоимость установки систем сигнализации</p> <p>Таблица 10. Распределение площади производственного помещения</p> <p>Таблица 11. Постоянные затраты в месяц, руб.</p> <p>Таблица 12. Переменные затраты в месяц, руб.</p> <p>Таблица 13. План продаж, руб. (часть I)</p>

	<p>Таблица 14. План продаж, руб. (часть II) Таблица 15. Штатное расписание Таблица 16. Затраты на открытие Таблица 17. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы Таблица 18. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть I Таблица 19. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть II Таблица 20. Отчет о прибылях и убытках. Часть I Таблица 21. Отчет о прибылях и убытках. Часть II Таблица 22. График реализации проекта Таблица 23. Рецепттурная карта акриловой краски Таблица 24. Список поставщиков вспомогательных компонентов Таблица 25. Список поставщиков полимерных дисперсий (латекс, акрил) Таблица 26. Список поставщиков дисперсии ПВА (поливинилацетат, ПВАД) Таблица 27. Список поставщиков тонкодисперсных наполнителей (мел, диоксид титана) Таблица 28. Список поставщиков диоксида титана Таблица 29. Список поставщиков П/Э тары</p> <p>Список схем Схема 1. Цепочка движения товара Схема 2. Организационная структура</p>
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	SbS-BP-lkm_production-12.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.**