

<b>Название отчета</b>	<b>ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН МИНИ - ПЕКАРНИ</b>	
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step	
Дата выхода отчета	05.12.2012	
Количество страниц	71 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><b>Цель БП:</b> открытие мини - пекарни</p> <p>Бизнес - план содержит следующие основные блоки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Описание рассматриваемого рынка</li> <li>2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса</li> <li>3. План сбыта</li> <li>4. Производственная часть</li> <li>5. Организационная структура предприятия</li> <li>6. Финансовый план</li> <li>7. Нормативная база</li> </ol> <p>Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта.</p> <p><b>Выдержки из БП:</b> <i>Суть проекта</i> Открытие мини-пекарни в арендуемом помещении. Объем производства хлеба и хлебобулочных изделий постепенно сокращается с .... млн. тонн в 2002 году до .... млн. тонн в 2011 год. С учетом текущего потребления хлебных продуктов на уровне .... кг в 2011 году, следует говорить о присущей хлебному рынку в РФ, особенности ... Структура продаж пекарни зависит от..... Крупнейшими производителями хлеба в Москве, являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> ....</li> <li><input type="checkbox"/> ....</li> <li><input type="checkbox"/> ....</li> <li><input type="checkbox"/> ....</li> </ul> <p><b>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</b> <b>Краткосрочная цель:</b> .....</p> <p><b>Долгосрочная цель:</b> .....</p> <p><b>Расчетные сроки проекта</b> Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).</p>	
Подробное оглавление/содержание отчета	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 <b>Введение</b></li> <li>2 <b>РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 <i>Суть проекта</i></li> <li>2.2 <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i></li> <li>2.3 <i>Расчетные сроки проекта</i></li> <li>2.4 <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i></li> <li>2.5 <i>Стоимость проекта</i></li> <li>2.6 <i>Источники финансирования проекта</i></li> <li>2.7 <i>Выгоды и риски проекта</i></li> <li>2.8 <i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта</i></li> </ol> </li> <li>3 <b>ГЛОССАРИЙ</b></li> <li>4 <b>ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5</li> <li>6</li> <li>6</li> <li>6</li> <li>6</li> <li>7</li> <li>7</li> <li>7</li> <li>7</li> <li>8</li> <li>9</li> </ol>

	4.1	<i>Функциональное назначение продукции</i>	9
	4.2	<i>Виды продукции</i>	9
	4.3	<i>Стоимость продукции, принятая концепция ценообразования</i>	11
	4.4	<i>Требования к контролю качества</i>	11
	4.5	<i>Возможности для дальнейшего развития производства</i>	11
	4.6	<i>Патентно-лицензионная защита продукции</i>	12
<b>5</b>		<b>АНАЛИЗ РЫНКА</b>	<b>13</b>
	5.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	13
	5.1.1	<i>Текущая ситуация в отрасли</i>	13
	5.1.2	<i>Объем пищевой промышленности</i>	13
	5.1.3	<i>Факторы, влияющие на отрасль</i>	16
	5.2	<i>Общие данные о рынке</i>	18
	5.3	<i>Конечные потребители</i>	22
	5.3.1	<i>Потенциальные потребители продукции</i>	23
	5.3.2	<i>Сегментация потребителей</i>	23
		<i>Описание основных сегментов потребителей, потребительские предпочтения основных сегментов потребителей</i>	23
	5.3.3	<i>потребителей</i>	
	5.3.4	<i>Выбор и обоснование целевого сегмента</i>	24
	5.4	<i>Конкурентный анализ</i>	24
		<i>Описание и анализ потенциальных конкурентов</i>	24
	5.4.1	<i>конкурентов</i>	
	5.4.2	<i>ОАО КБК «Черемушки»</i>	25
	5.4.3	<i>ЗАО «Хлебзавод №22»</i>	27
	5.4.4	<i>ОАО «Черкизово»</i>	28
	5.4.5	<i>ОАО «МБКК «Коломенское»</i>	28
		<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	29
	5.4.6	<i>достоинства продукции</i>	
<b>6</b>		<b>МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН</b>	<b>31</b>
		<i>Уникальное достоинство продукта, позиционирование</i>	31
	6.1	<i>Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию</i>	31
	6.2	<i>Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта продукции</i>	31
	6.3	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	32
	6.4		
<b>7</b>		<b>ПЛАН СБЫТА</b>	<b>33</b>
	7.1	<i>Цены на конкретные позиции продукции</i>	33
	7.2	<i>Организация сбыта</i>	33
	7.2.1	<i>Каналы сбыта</i>	33
	7.2.2	<i>Объем производства мини-пекарни</i>	34
	7.2.3	<i>Доставка продукции</i>	35
	7.2.4	<i>Расчет затрат на бензин для доставки продукции</i>	35
	7.3	<i>План продаж на весь расчетный период</i>	36
<b>8</b>		<b>ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ</b>	<b>37</b>
	8.1	<i>Описание производственного процесса.</i>	37

	<i>Технологическая схема производства продукции.</i>	
	8.2 <i>Требования к подрядчикам</i>	37
	8.3 <i>Состав основного оборудования</i>	38
	8.4 <i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	38
	8.5 <i>Оценка постоянных и переменных затрат при производстве продукции</i>	39
	8.6 <i>Оценка доходов при производстве продукции</i>	40
9	<b>ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ</b>	<b>41</b>
	9.1 <i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	41
10	<b>ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА</b>	<b>42</b>
	10.1 <i>Организационная структура предприятия</i>	42
	10.2 <i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	42
	10.3 <i>Затраты на оплату труда</i>	44
11	<b>ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН</b>	<b>45</b>
	11.1 <i>Объем финансирования</i>	45
	11.2 <i>Основные финансовые документы</i>	46
	Отчет о прибылях и убытках (показывает операционную деятельность предприятия по периодам)	46
	11.2.1	
	План движения денежных средств (Cash Flow)	49
	11.2.2	
	11.3 <i>Показатели эффективности проекта</i>	50
	<i>Параметры финансовой части бизнес-плана, анализ чувствительности к изменениям параметров</i>	51
	11.4	
12	<b>НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ</b>	<b>54</b>
	12.1 <i>Нормативная база</i>	54
	<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)</i>	55
	12.2	
	<b>ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА</b>	<b>56</b>
13	<b>ПРОЕКТА</b>	<b>56</b>
	13.1 <i>План-график реализации проекта</i>	56
14	<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	<b>57</b>
	<i>Приложение 1 Таблица по крупнейшим хлебопекарным предприятиям г. Москвы</i>	57
	14.1	
	<i>Приложение 2 Должностные инструкции</i>	60
	14.2	
	14.2.1 <i>Директор</i>	60
	14.2.2 <i>Бухгалтер</i>	62
	14.2.3 <i>Пекарь хлебобулочных изделий</i>	64
	14.2.4 <i>Водитель</i>	66
	14.2.5 <i>Уборщица</i>	68
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Объем производство пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия в Российской Федерации за 2005 - январь-июнь 2012гг, млрд. гуг.</p> <p>Диаграмма 2. Динамика темпов прироста объема отгруженных товаров пищевой отрасли, включая напитки, и табака, 2006- 2011гг, %</p> <p>Диаграмма 3. Индекс объемов производства пищевой промышленности в первом полугодии 2011-2012 года</p> <p>Диаграмма 4. Объемы внутреннего производства хлеба и хлебобулочных изделий в России с 2002 по 2011 годы, млн. тонн.</p>	

	<p>                 Диаграмма 5. Темпы прироста производства хлеба и хлебобулочных изделий в 2003-2011гг., %                  Диаграмма 6. Динамика темпов прироста производства хлеба и хлебобулочных изделий в январе-октябре 2012 к январю-октябрю 2011, %                  Диаграмма 7. Средние цены на хлеб за 9 мес. 2012 года                  Диаграмма 8. Региональная структура потребления хлебных продуктов на душу населения в РФ в 2010-2011гг, %                  Таблица 1. Состав продукции производимой мини-пекарней                  Таблица 2. Темпы роста объемов производства пищевых продуктов включая напитки в РФ, ежемесячно, за первое полугодие 2011 –2012гг., % к соответствующему периоду предыдущего года                  Таблица 3. Факторы, влияющие на отрасль                  Таблица 4. Оптовые цены на продукцию мини-пекарни                  Таблица 5. Исходные и расчетные показатели максимальных затрат на топливо, руб.                  Таблица 6. Объем продаж в месяц после выхода на проектную мощность                  Таблица 7. Состав основного оборудования                  Таблица 8. Накладные (постоянные) расходы в месяц после запуска производства продукции, руб.                  Таблица 9. Переменные расходы в месяц по мере выхода на проектную мощность (174 тыс. шт.), руб.                  Таблица 10. Доходы по мере выхода на проектную мощность (174 тыс. шт.), руб.                  Таблица 11. Штатное расписание                  Таблица 12. Затраты на открытие мини-пекарни                  Таблица 13. Отчет о прибылях и убытках, руб. (Часть 1)                  Таблица 14 Отчет о прибылях и убытках, руб. (Часть 2)                  Таблица 15 Отчет о прибылях и убытках, руб. (Часть 3)                  Таблица 16. План движения денежных средств, руб. (Часть 1)                  Таблица 17. План движения денежных средств, тыс. руб. (Часть 2)                  Таблица 18. Результирующие показатели проекта                  Таблица 19. Результирующие показатели проекта при увеличении площади арендуемых помещений на 1%                  Таблица 20. Результирующие показатели проекта при увеличении ставки арендной платы за 1 кв. м на 1%                  Таблица 21. Результирующие показатели проекта при увеличении среднемесячной заработной платы пекаря-кондитера на 1%                  Таблица 22. Результирующие показатели проекта при увеличении ставки налога по УСНО на 1%                  Таблица 20. Календарный план осуществления проекта                  Схема 1. Производство хлеба и мучных кондитерских изделий недлительного хранения                  Схема 2. Организационная структура предприятия             </p>
<p>Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)</p>	<p>В печатном/ электронном формате</p>
<p>Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)</p>	<p>БП_Минипекарня_2012.pdf</p>

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

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](http://www.step-by-step.ru)



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.**