

# ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

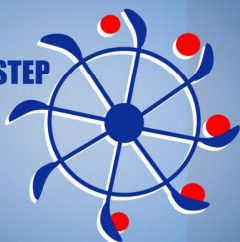
## ОТКРЫТИЯ ПЕКАРНИ

### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

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

**Дата выпуска отчета:  
сентябрь 2009 г.**

**STEP BY STEP**



г. Москва

## Содержание

<b>Аннотация.....</b>	<b>5</b>
<i>Выдержки из БП:.....</i>	<i>5</i>
<i>Суть проекта .....</i>	<i>5</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта .....</i>	<i>5</i>
<i>Расчетные сроки проекта .....</i>	<i>6</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга услуг.....</i>	<i>6</i>
<i>Стоимость проекта.....</i>	<i>6</i>
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	<i>6</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>6</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта .....</i>	<i>7</i>
<b>Полное содержание исследования .....</b>	<b>8</b>
<i>Список диаграмм .....</i>	<i>10</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>10</i>
<i>Список схем .....</i>	<i>11</i>
<b>Выдержки из БП.....</b>	<b>12</b>
<b>2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ.....</b>	<b>12</b>
<i>Функциональное назначение продукции.....</i>	<i>12</i>
<i>Виды продукции.....</i>	<i>12</i>
<i>Стоимость продукции, принятая концепция ценообразования.....</i>	<i>12</i>
<i>Требования к контролю качества .....</i>	<i>12</i>
<i>Возможности для дальнейшего развития продукции .....</i>	<i>12</i>
<i>Патентно-лицензионная защита продукции.....</i>	<i>12</i>
<b>3. АНАЛИЗ РЫНКА.....</b>	<b>13</b>
<i>Анализ положения дел в отрасли .....</i>	<i>13</i>
<i>Текущая ситуация в отрасли .....</i>	<i>13</i>
<i>Факторы, влияющие на отрасль.....</i>	<i>13</i>
<i>Тенденции развития отрасли .....</i>	<i>13</i>
<i>Общие данные о рынке.....</i>	<i>13</i>

Объем рынка, потенциальная емкость рынка .....	13
Структура рынка .....	14
Ценообразование на рынке .....	14
<i>Конечные потребители</i> .....	14
Потенциальные потребители продукции.....	14
Сегментация потребителей по их потребностям .....	14
Описание основных сегментов потребителей, потребительские предпочтения основных сегментов потребителей.....	14
Выбор и обоснование целевого сегмента .....	14
<i>Конкурентный анализ</i> .....	14
Описание и анализ потенциальных конкурентов .....	14
ОАО КБК «Черемушки» .....	15
ЗАО «Хлебзавод №22» .....	15
ОАО "Черкизово" .....	15
ОАО "МБКК "Коломенское" .....	15
Выбор и обоснование уникального достоинства продукции .....	15
<b>4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН</b> .....	<b>16</b>
<i>Уникальное достоинство продукта, позиционирование</i> .....	16
<i>Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию</i> .....	16
<i>Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта     продукции</i> .....	16
<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.</i> .....	16
<b>5. ПЛАН СБЫТА</b> .....	<b>17</b>
<i>Цены на конкретные позиции продукции</i> .....	17
<i>Организация сбыта</i> .....	17
Каналы сбыта .....	17
Объем производства мини-пекарни .....	17
Доставка продукции .....	17
<i>План продаж на весь расчетный период</i> .....	17
<i>Скорость товарооборота</i> .....	18
<b>6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ</b> .....	<b>19</b>
<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема     производства продукции</i> .....	19

<i>Требования к подрядчикам</i> .....	19
<i>Состав основного оборудовани</i> .....	19
<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i> .....	19
<i>Оценка постоянных и переменных затрат при производстве продукции</i> .....	19
<i>Оценка доходов при производстве продукции</i> .....	20
<b>6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ</b> .....	<b>21</b>
<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i> .....	21
<b>7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА</b> .....	<b>21</b>
<i>Организационная структура предприятия</i> .....	21
<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i> .....	21
<i>Затраты на оплату труда</i> .....	21
<b>8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН</b> .....	<b>22</b>
<i>Объем финансирования</i> .....	22
<i>Параметры финансовой части бизнес-плана, анализ чувствительности к изменениям параметров</i> .....	22
<i>Основные формы финансовых расчетов</i> .....	23
<i>Отчет о прибылях и убытках (показывает операционную деятельность предприятия по периодам)</i> .....	23
<i>План движения денежных средств (Cash Flow)</i> .....	23
<i>Показатели эффективности проекта</i> .....	24
<b>9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ</b> .....	<b>25</b>
<i>Нормативная база</i> .....	25
<i>Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)</i> .....	25
<b>10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА</b> .....	<b>25</b>
<i>План-график реализации проекта</i> .....	25
<b>Фрагменты Финансовой модели</b> .....	<b>26</b>

## АННОТАЦИЯ

Цель БП: создание пекарни

*К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).*

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

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

Предлагаемый бизнес-план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

### Выдержки из БП:

#### Суть проекта

Открытие мини-пекарни в арендуемом помещении с ежемесячным оборотом .... у. е, работающей на базе упрощенной системы налогообложения (УСНО).

#### Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

##### Краткосрочные цели проекта:

- эффективное выживание в условиях конкурентной борьбы
- закрепление на рынке хлебобулочных изделий г. Москвы и Подмосковья

##### Долгосрочные цели проекта:

- расширение производства
- создание круга постоянных клиентов
- увеличение стоимости компании

## РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 2 года.

## РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА УСЛУГ

- **Продукт** – Уникальным достоинством продукции является постоянный контроль качества ее производства, включая анализ применяемых и возможных рецептов теста и начинки.
- **Цена** - Для обеспечения конкурентного преимущества цены на реализуемую продукцию планируется удерживать на уровне средних по городу
- **Сбыт** – Высокие качественные характеристики продукции, постоянный контроль и улучшение ассортимента, гибкая сбытовая политика и предпринимательские способности директора позволят обеспечить выполнение количественных показателей плана сбыта.
- **Продвижение** – Для привлечения крупных клиентов оправдано использовать прямой маркетинг, которым должен заниматься сам руководитель создаваемого предприятия. Кроме того, является также обоснованной прямая почтовая рассылка, организация дегустаций, участие в отраслевых выставках, создание и продвижение сайта в интернете.

## СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций – \$....

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные и заёмные средства.

## ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

**Выгоды:** стабильный доход: спрос на хлеб не зависит от погоды, времени года или политики правительства. Также основное достоинство небольшой пекарни — мобильность ее производства: можно легко менять ассортимент и выпускать как простую в приготовлении продукцию, так и изделия, требующие сложных технологий. А значит всегда есть возможность соответствовать запросам рынка.

**Риски:** открытие в городе новых пекарен, т. е. увеличение числа конкурентов; плохая дистрибуция продукции, изменения предпочтений потребителей (нужно успеть вовремя перестроиться).

## **КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА**

- Срок окупаемости проекта ... месяцев с учётом ставки дисконтирования и без.
- Внутренняя норма рентабельности IRR, год. – ....% для срока жизни проекта ...месяца
- Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ... % для срока жизни проекта ... месяца.
- Чистый дисконтированный доход (NPV) за 24 месяца – \$....., за ...месяца для первого, второго и третьего салонов соответственно.

Данный Бизнес-план разработан с **учётом влияния кризисных явлений** и, как следствие, даёт возможность создания бизнеса 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.

**Кол-во страниц:** 69 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 1 диаграмма, 16 таблиц, 1 схема

## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1	1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА		6
	1.1	Суть проекта	6
	1.2	Долгосрочные и краткосрочные цели проекта	6
	1.3	Расчетные сроки проекта	6
	1.4	Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции	6
	1.5	Стоимость проекта	7
	1.6	Источники финансирования проекта	7
	1.7	Выгоды и риски проекта	7
	1.8	Ключевые экономические показатели эффективности проекта	7
2	2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ		9
	2.1	Функциональное назначение продукции	9
	2.2	Виды продукции	9
	2.3	Стоимость продукции, принятая концепция ценообразования	11
	2.4	Требования к контролю качества	11
	2.5	Возможности для дальнейшего развития продукции	11
	2.6	Патентно-лицензионная защита продукции	12
3	3. АНАЛИЗ РЫНКА		13
	3.1	Анализ положения дел в отрасли	13
		3.1.1 Текущая ситуация в отрасли	13
		3.1.2 Факторы, влияющие на отрасль	14
		3.1.3 Тенденции развития отрасли	15
	3.2	Общие данные о рынке	16
		3.2.1 Объем рынка, потенциальная емкость рынка	16
		3.2.2 Структура рынка	16
		3.2.3 Ценообразование на рынке	17
	3.3	Конечные потребители	17
		3.3.1 Потенциальные потребители продукции	17
		3.3.2 Сегментация потребителей по их потребностям	17
		3.3.3 Описание основных сегментов потребителей, потребительские предпочтения основных сегментов потребителей	17
		3.3.4 Выбор и обоснование целевого сегмента	18
	3.4	Конкурентный анализ	18
		3.4.1 Описание и анализ потенциальных конкурентов	18
		3.4.2 ОАО КБК «Черемушки»	19
		3.4.3 ЗАО «Хлебзавод №22»	20
		3.4.4 ОАО "Черкизово"	21

		3.4.5	ОАО "МБКК "Коломенское"	21
		3.4.6	Выбор и обоснование уникального достоинства продукции	22
4	4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН			23
	4.1	Уникальное достоинство продукта, позиционирование		23
	4.2	Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию		23
	4.3	Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта продукции		23
	4.4	Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.		24
5	5. ПЛАН СБЫТА			25
	5.1	Цены на конкретные позиции продукции		25
	5.2	Организация сбыта		25
		5.2.1	Каналы сбыта	25
		5.2.2	Объем производства мини-пекарни	26
		5.2.3	Доставка продукции	26
		5.2.4	Расчет затрат на бензин для доставки продукции	27
	5.3	План продаж на весь расчетный период		27
	5.4	Скорость товарооборота		28
6	6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ			29
	6.1	Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции.		29
	6.2	Требования к подрядчикам		29
	6.3	Состав основного оборудовани		30
	6.4	Оценка и обоснование необходимых ресурсов		30
	6.5	Оценка постоянных и переменных затрат при производстве продукции		31
	6.6	Оценка доходов при производстве продукции		32
7	6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ			34
	7.1	Выбор и обоснование типа предприятия		34
8	7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА			35
	8.1	Организационная структура предприятия		35
	8.2	Специализация, количество и состав сотрудников		35
	8.3	Затраты на оплату труда		37
9	8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН			38
	9.1	Объем финансирования		38
	9.2	Параметры финансовой части бизнес-плана, анализ чувствительности к изменениям параметров		39
	9.3	Основные формы финансовых расчетов		40
		9.3.1	Отчет о прибылях и убытках (показывает операционную деятельность предприятия по периодам)	40
		9.3.2	План движения денежных средств (Cash Flow)	41

	9.4	Показатели эффективности проекта	42
1 0	9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ		43
	10.1	Нормативная база	43
	10.2	Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта (сроки и стоимость получения)	44
1 1 1	10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА		45
	11.1	План-график реализации проекта	45
1 2	11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ		46
1 3	12. ПРИЛОЖЕНИЯ		47
	13.1	Приложение 1. Таблица по крупнейшим хлебопекарным предприятиям г. Москвы	47
	13.2	Приложение 2. Выдержки из Главы 26-2 НК «Упрощенная система налогообложения»	50
	13.3	Приложение 3. Должностные инструкции	58
	13.3.1	Директор	58
	13.3.2	Бухгалтер	60
	13.3.3	Пекарь хлебобулочных изделий	62
	13.3.4	Водитель	64
	13.3.5	Уборщица	66

## СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Структура предложения на московском рынке хлеба

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Состав продукции производимой мини-пекарней

Таблица 2. Факторы, влияющие на отрасль

Таблица 3. Оптовые цены на продукцию мини-пекарни

Таблица 4. Объем продаж в месяц после выхода на проектную мощность

Таблица 5. Объем продаж в месяц

Таблица 6. Состав основного оборудования

Таблица 7. Накладные (постоянные) расходы в месяц после запуска производства продукции, у.е.

Таблица 8. Текущие расходы на 100 единиц продукции, у.е./100 ед.

Таблица 9. Переменные расходы в месяц по мере выхода на проектную мощность (100 тыс. шт.), у.е.

Таблица 10. Доходы по мере выхода на проектную мощность (100 тыс. шт.), у.е.

Таблица 11. Штатное расписание

Таблица 12. Затраты на открытие мини-пекарни

Таблица 13. Чувствительность основных показателей эффективности к изменениям основных параметров

Таблица 14. Отчет о прибылях и убытках, у.е.

Таблица 15. План движения денежных средств, тыс. руб.

Таблица 16. Календарный план осуществления проекта

## СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Организационная структура предприятия

## **Выдержки из БП**

### **2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ**

#### **ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ ПРОДУКЦИИ**

...

Мини-пекарня будет осуществлять свою деятельность в следующих направлениях:

- ....

#### **Виды продукции**

....

**Таблица 1. Состав продукции производимой мини-пЕКАРНЕЙ**

<b>Наименование</b>	<b>Вес теста, гр</b>	<b>Вес начинки, гр</b>
РулЕт с маком		
....		

Малое предприятие должно быть гибким, способным быстро перестроиться и изменить ассортимент. Такое производство в кратчайшие сроки позволяет предложить потребителю другую, обладающую более высокими потребительскими свойствами продукцию (более вкусную, разнообразную и полезную). Это и есть один из компонентов успеха.

#### **СТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ, ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

...

#### **ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРОЛЮ КАЧЕСТВА**

....

#### **Возможности для дальнейшего развития продукции**

....

#### **ПАТЕНТНО-ЛИЦЕНЗИОННАЯ ЗАЩИТА ПРОДУКЦИИ**

Деятельность мини-пекарен не требует обязательного государственного лицензирования.

### 3. АНАЛИЗ РЫНКА

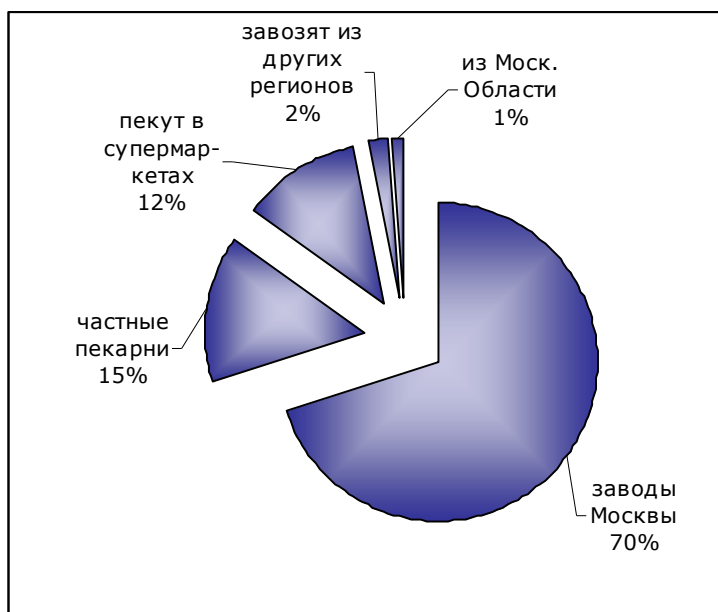
#### АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

##### ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

За последний год производство хлеба сократилось на 2,6%, но объем выручки от реализации хлебобулочных изделий вырос на 13,5%.

...

##### ДИАГРАММА 1. СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА МОСКОВСКОМ РЫНКЕ ХЛЕБА



...

##### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

...

##### ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

...

##### ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

##### ОБЪЕМ РЫНКА, ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ ЕМКОСТЬ РЫНКА

По данным Росстата объем рынка хлеба и хлебобулочных изделий за январь-июль 2009 года составил 4,1 млн. тонн.

## СТРУКТУРА РЫНКА

...

## ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

...

## КОНЕЧНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

### ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ

...

### СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО ИХ ПОТРЕБНОСТЯМ

...

### ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

...

### ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕВОГО СЕГМЕНТА

...

## КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

### ОПИСАНИЕ И АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КОНКУРЕНТОВ

Конкуренция на рынке мини-пекарен по сравнению с конкуренцией на рынке хлебобулочных изделий ниже. Тем не менее, мини-пекарен становится все больше: их продукция пользуется все большим спросом. В связи с этим внутри данной группы будет развиваться жесткая конкуренция, в частности между мини-пекарнями и пекарнями в супермаркетах. Так, ранее крупные розничные сети, как и в случае с хлебозаводами, являлись основным каналом сбыта хлебопекарной продукции. В последние годы конфигурация сотрудничества пекарен с сетями сильно изменилась: многие супермаркеты, почувствовав перспективность направления, начали самостоятельно хлебопекарное производство.

...

**ОАО КБК «ЧЕРЕМУШКИ»**

...

**ЗАО «ХЛЕБЗАВОД №22»**

...

**ОАО "ЧЕРКИЗОВО"**

....

**ОАО "МБК "КОЛОМЕНСКОЕ"**

...

## **ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ДОСТОИНСТВА ПРОДУКЦИИ**

Факторы конкуренции на рассматриваемом рынке:

- \* качество и свежесть продукции;
- \* цена продукции;
- \* ассортимент продукции;
- \* квалификация и профессионализм персонала.

Для продуктов питания основной характеристикой является качество, вкус и свежесть продукции. Для того чтобы обеспечить высокое качество выпечки необходимо закупать качественное сырье, использовать современное оборудование и квалифицированный персонал.

Ассортимент продукции должен удовлетворять вкусам и потребностям конечных потребителей. Для привлечения новых клиентов и сохранения старых необходимо постоянно следить за тенденциями спроса на продукцию и пополнять ассортимент новинками. Например, сейчас в связи с ростом благосостояния граждан становятся более популярными полезные для здоровья продукты. При формировании ассортимента необходимо учитывать данную тенденцию, а возможно сделать выпуск такой продукции одним из уникальных достоинств пекарни.

## 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

### УНИКАЛЬНОЕ ДОСТОИНСТВО ПРОДУКТА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

...

### ЦЕНЫ, ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА. ОБОСНОВАНИЕ ЦЕНЫ НА ПРОДУКЦИЮ

...

### ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОДАЖ, ОБОСНОВАНИЕ ГАРАНТИЙ СБЫТА ПРОДУКЦИИ

...

### КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ.

Около пекарни предлагается использовать рекламную вывеску, панно, т.е. табличку с названием и пекарни. Конкретный ее вид, форма и размеры определяются исходя из желаний и возможностей предпринимателя. Вывеску и ее оформление можно заказать в одном из рекламных агентств города.

Для привлечения клиентов оправдано использовать следующие виды рекламы:

- прямая почтовая рассылка потенциальным клиентам,
- рекламная вывеска в месте расположения мини-пекарни,
- самостоятельный выезд к потенциальным клиентам для презентации своей продукции (для начала можно охватить все рестораны, кафе, булочные, которые находятся в районе мини-пекарни),
- организация дегустаций в местах продаж (например в супермаркетах, вузах, школах),
- участие в отраслевых выставках
- создание сайта и продвижение этого сайта в интернете,
- изготовление бумажных каталогов со своей продукцией для раздачи потенциальным клиентам.

## 5. ПЛАН СБЫТА

### ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ПОЗИЦИИ ПРОДУКЦИИ

Таблица 2. Оптовые цены на продукцию мини-пекарни

Наименование	Вес, гр.	Цена изделия, у.е.
Руллет с маком		
....		

### ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА

#### КАНАЛЫ СБЫТА

....

#### ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА МИНИ-ПЕКАРНИ

##### Рестораны

....

##### Магазины

...

##### Школы, колледжи, вузы

...

#### ДОСТАВКА ПРОДУКЦИИ

...

### ПЛАН ПРОДАЖ НА ВЕСЬ РАСЧЕТНЫЙ ПЕРИОД

В месяц производится порядка ..... единиц продукции по цене от 0,15 до 0,55 у.е. за штуку. Т. о. оборот в месяц, после выхода на проектную мощность составит.... у.е.:

Таблица 3. Объем продаж в месяц после выхода на проектную мощность

Наименование продукции	Цена, у.е.	Доля в объеме продаж	Объем продаж, у.е.	Примечание
Руллет с маком				
...				
<b>Итого</b>			<b>40 750</b>	

Выход на максимальную проектную мощность предполагается в течение шести месяцев после запуска производства:

ТАБЛИЦА 4. ОБЪЕМ ПРОДАЖ В МЕСЯЦ

Месяц	Доля пр-ва (от планового товарооборота, 40 750 у.е.)	Объем продаж, у.е.
1		
....		
10		

*Поквартальный план объема продаж в денежном выражении на расчетный период приведен в отчете о прибылях и убытках.*

## СКОРОСТЬ ТОВАРОБОРОТА

Период закупок (продолжительность одного оборота) равен одной неделе. Следовательно, средний размер оборотного капитала может быть оценен следующим образом:

....

## 6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ.

....

ТРЕБОВАНИЯ К ПОДРЯДЧИКАМ

....

СОСТАВ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

ТАБЛИЦА 5. СОСТАВ ОСНОВНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

№	Наименование	Кол-во	Цена, у.е.	Сумма, у.е.	Амортизация (срок)	Амортизация (сумма)
1						
12	....					
	<b>Итого</b>					

....

ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

....

ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКЦИИ

ТАБЛИЦА 6. НАКЛАДНЫЕ (ПОСТОЯННЫЕ) РАСХОДЫ В МЕСЯЦ ПОСЛЕ ЗАПУСКА ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ, У.Е.

№ п/п	Наименование затрат	Величина затрат у.е.
1		
10		
	<b>Итого затрат на открытие</b>	<b>15 861</b>

Текущие (переменные) расходы определяются затратами на приобретение сырья для производства выпечки.

ТАБЛИЦА 7. ТЕКУЩИЕ РАСХОДЫ НА 100 ЕДИНИЦ ПРОДУКЦИИ, У.Е./100 ЕД.

Ингредиенты	Масса, кг	Цена, у.е.	Стоимость, у.е.
<i>1. Тесто:</i>			
Мука			

Ингредиенты	Масса, кг	Цена, у.е.	Стоимость, у.е.
Сахар			
Дрожжи			
Маргарин			
Растительное масло			
Яйца, шт			
Соль			
Ванилин			
2. Начинка			
3. Смазка:			
Яйца, шт			
Масло			
4. Крошка:			
Мука			
Маргарин			
Сахар			
<b>Итого:</b>			

Общая сумма переменных расходов поквартально приведена в отчете о прибылях и убытках.

...

## ОЦЕНКА ДОХОДОВ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКЦИИ

ТАБЛИЦА 8. ДОХОДЫ ПО МЕРЕ ВЫХОДА НА ПРОЕКТНУЮ МОЩНОСТЬ (100 тыс. шт.), у.е.

Наименование продукции	1 год				2 год				Итого
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
Руллет с маком									
....									
<b>Итого</b>									

## 6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

### ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

....

## 7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

### ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЯ

....

### СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, КОЛИЧЕСТВО И СОСТАВ СОТРУДНИКОВ

....

### ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Предполагается повременная оплата труда работников. Затраты на оплату труда определяются штатным расписанием по мини-пекарне.

**ТАБЛИЦА 9. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ**

№ п/п	Должность	Кол-во, чел.	Зарплата, у.е.	ФОТ, мес с./у.е.	Отчисления в ПФ (14%)	ФОТ со страховыми взносами, у.е./мес.
1	Директор					
2						
3						
4						
5						
6						
	<b>Итого</b>					

## 8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### ОБЪЕМ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Для создания мини-пекарни необходимы средства на ремонт помещения, на получение заключений о соблюдении санитарно-эпидемиологических, пожарных норм и других разрешений, а также на покрытие убытков в течение первых шести месяцев реализации проекта в размере ... у.е.

**Таблица 10. ЗАТРАТЫ НА ОТКРЫТИЕ МИНИ-ПЕКАРНИ**

№ п/п	Наименование статьи затрат	Сумма, у.е.
1	Регистрация компании	
20	....	
<b>Итого затрат на открытие</b>		

### ПАРАМЕТРЫ ФИНАНСОВОЙ ЧАСТИ БИЗНЕС-ПЛАНА, АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ К ИЗМЕНЕНИЯМ ПАРАМЕТРОВ

Основные параметры бизнес-плана:

1. ....

**Таблица 11. Чувствительность основных показателей эффективности к изменениям основных параметров**

Показатели эффективности	Основные параметры не изменяются	Изменение основных параметров		
		Увеличение ар. ставки на 1%	Увеличение опт. цены на 1%.	Увеличение ФОТ на 1%
Дисконтированный период окупаемости				
Годовая внутренняя норма рентабельности (IRR)				

Отсюда видно, что:

....



**ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ФИНАНСОВЫХ РАСЧЕТОВ**

**ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ (ПОКАЗЫВАЕТ ОПЕРАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПЕРИОДАМ)**

**Таблица 12. ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ, У.Е.**

Показатели	1 год					2 год					ИТОГО
	I	II	III	IV	Всего	I	II	III	IV	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Выручка от реализации продукции											
.....											
Прибыль после налогообложения											

**План движения денежных средств (CASH FLOW)**

**Таблица 13. План движения денежных средств, тыс. руб.**

Показатели	1 год					2 год					ИТОГО
	I	II	III	IV	Всего	I	II	III	IV	Всего	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	<b>Операционная деятельность</b>										
Поступления:											
....											
Операционное сальдо											
	<b>Инвестиционная деятельность</b>										
Поступление инвестиционных средств											
....											
Свободные денежные средства											

## ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- внутренняя норма рентабельности, возврата инвестиций (Internal Rate of Return):  $IRR = \dots\%$
- Чистая дисконтированная стоимость (Net Pure Value):  
 $NPV = \dots \text{ у.е.}$
- срок окупаемости дисконтированный (Discounted Payback Period):  
 $DPBP = \dots \text{ месяца.}$

Рассчитаем точку безубыточности для квартала, т.е. объем выручки, для которого маржинальная прибыль равна постоянным расходам. Объем реализации в квартал в стоимостном выражении 122 250 у.е; переменные расходы – 55 013 у.е., постоянные – 15 861 у.е. Т.о.:

...

Следовательно:

....

**Т.о. точка безубыточности проекта находится на уровне продаж ... у.е. в квартал, или .... у.е. в месяц.**

## 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

Таблица 14. Календарный план осуществления проекта

№ п/п	Наименование работ	Месяцы					
		1	2	3	4	5	6
1	Поиск и ремонт помещения для мини-пекарни	■					
2	Закупка и установка оборудования		■				
3	Экспертизы СЭС, пожарной охраны, подбор персонала, сбор документов для получения сертификатов на продукцию, получение сертификатов			■			
4	Закупка сырья для производства продукции			■			
5	Открытие мини-пекарни, начало работы				■	■	■

.....

## ФРАГМЕНТЫ ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛИ

R13C4																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	цена закупки цыпленка		6			Услуга	Цена, у.е.		Доля в об								
2	цена продажи 1 кг мяса		2,35			Мясо пол	2		50%								
3	цена продажи 10 яиц		0,5			Субпроду	1,5		10%								
4	Цена 1 кг корма		0,15			Полуфаб	3		40%								
5	Привес на момент убоя кг		3,6			Итого, це	2,35										
6	норма корма на 1 птицу в		0,2														
7	йценоскость 1 птицы в го		150														
8																	
9	<b>производство кур (откорм)</b>					<b>производство яиц</b>					<b>производство цыплят</b>						
10	Месяц	Производств	Набранный вес	Доход		Месяц	Закупка	Яйценоскость	ИТОГО		Месяц	колво	цена продажи	Итого		ОБЩИЕ ДОХОДЫ	
11	13					13	10 000	125 000	5 859		13	1 000	6 000	6 000		11 859	
12	14	140 000	504 000	1 184 400		14		125 000	5 859		14	1 000	6 000	6 000		1 196 259	
13	15					15		125 000	5 859		15	1 000	6 000	6 000		11 859	
14	16	140 000	504 000	1 184 400		16		125 000	5 859		16	1 000	6 000	6 000		1 196 259	
15	17					17		125 000	5 859		17	1 000	6 000	6 000		11 859	
16	18	140 000	504 000	1 184 400		18		125 000	5 859		18	1 000	6 000	6 000		1 196 259	
17	19					19		125 000	5 859		19	1 000	6 000	6 000		11 859	
18	20	140 000	504 000	1 184 400		20		125 000	5 859		20	1 000	6 000	6 000		1 196 259	
19	21					21		125 000	5 859		21	1 000	6 000	6 000		11 859	
20	22	140 000	504 000	1 184 400		22		125 000	5 859		22	1 000	6 000	6 000		1 196 259	
21	23					23		125 000	5 859		23	1 000	6 000	6 000		11 859	
22	24	140 000	504 000	1 184 400		24		125 000	5 859		24	1 000	6 000	6 000		1 196 259	
23	25					25		125 000	5 859		25	1 000	6 000	6 000		11 859	
24	26	140 000	504 000	1 184 400		26		125 000	5 859		26	1 000	6 000	6 000		1 196 259	

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1										
2	<b>Свод доходы-расходы</b>									
3	Месяц	Расходы, у.е.	Доходы, у.е.	Налог на прибыль, у.е.	Итого, у.е.	Прибыль до налогов, у.е.		Чистый денежный поток (ЧДП), у.е.	ЧДП нарастающий итог, у.е.	
19	16	177 235	242 352	15 628	260 604	65 117	531 704	49 489	280 604	
20	17	177 235	242 352	15 628	330 093	65 117		49 489	330 093	
21	18	177 235	242 352	15 628	379 583	65 117		49 489	379 583	
22	19	177 235	242 352	15 628	429 072	65 117	531 704	49 489	429 072	
23	20	177 235	242 352	15 628	478 561	65 117		49 489	478 561	
24	21	177 235	242 352	15 628	528 050	65 117		49 489	528 050	

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: [info@step-by-step.ru](mailto:info@step-by-step.ru))