

Название отчета	<b>ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДПРИЯТИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ КЕРАМИЧЕСКОЙ ПОСУДЫ ДЛЯ NОRЕСА (С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ)</b>	
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step	
Дата выхода отчета	29.04.2012	
Количество страниц	117 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> Создание предприятия производителя керамической посуды для сегмента NoReCa.</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> Посуда составляет около трети от общего объема рынка всех товаров для дома. ...объем производства керамической продукции в стране составлял около ... миллионов изделий и .... млрд. рублей в стоимостном выражении в год. Потребление посуды из керамики и фарфора в нашей стране постоянно растет (прирост составляет примерно ...% в год). Выручка от реализации российских производителей керамической посуды в 2012 году составила не более ..... млрд. руб.</p> <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>1. 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>2. Описание товара</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 <i>Определение товара</i></li> <li>3.2 <i>Сегментация товара</i></li> </ol> </li> </ol>	<p><b>6</b></p> <p><b>7</b></p> <p>7</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>7</p> <p>8</p> <p>8</p> <p><b>9</b></p> <p>9</p> <p>9</p>

	<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	9
	<i>Перспективы развития товара</i>	9
	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров</i>	10
	3.5.1 Обязательная сертификация	10
	3.5.2 Добровольная сертификация	12
4	<b>3. Анализ рынка</b>	<b>14</b>
	4.1 <i>Анализ положения дел в отрасли</i>	14
	4.1.1 Текущая ситуация в отрасли	14
	4.1.2 Тенденции рынка	16
	4.1.3 Факторы, влияющие на отрасль	16
	4.2 <i>Общие данные о рынке</i>	17
	4.3 <i>Сегментация рынка</i>	21
	4.3.1 Определение продукции	21
	4.3.2 Сегментирование по материалу (сырью)	21
	4.3.3 Сегментирование посуды	22
	4.3.4 Свойства керамической посуды	26
	4.4 <i>Ценообразование на рынке</i>	29
	4.5 <i>Конкурентный анализ</i>	29
	4.5.1 Количественная и качественная характеристика	29
	4.5.2 Тенденции основных производителей продукции	40
	4.5.3 Анализ политики продвижения	40
	4.6 <i>Анализ потребителей</i>	40
	4.6.1 Описание потребителей	40
	4.7 <i>Потребительские предпочтения</i>	41
	4.7.1 Критерии выбора	41
	4.7.2 Предпочтения по форме	42
	4.7.3 Предпочтения по стране происхождения	42
	4.8 <i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	42
5	<b>4. Маркетинговый план</b>	<b>44</b>
	5.1 <i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	44
	5.2 <i>Ценовая политика</i>	44
	5.3 <i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	44
	5.3.1 Сбыт продукции	44
	5.4 <i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	44
6	<b>5. План продаж</b>	<b>45</b>
	6.1 <i>Цены на конкретные виды товара.</i>	45
	6.2 <i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	45
	6.3 <i>План продаж на весь расчетный период.</i>	45
7	<b>6. Производственная часть</b>	<b>47</b>
	<i>Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции /</i>	47
	7.1 <i>организации услуги</i>	
	7.2 <i>Требования к поставщикам</i>	48

	7.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	48
	7.4	<i>Технические характеристики.</i>	51
	7.5	<i>Производственное и офисное оборудование.</i>	52
	7.6	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	53
	7.7	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	53
	7.8	<i>Оценка доходов</i>	54
	7.9	<i>6.1. Функциональное решение</i>	55
	7.9.1	<i>Выбор и обоснование типа предприятия</i>	55
8		<b>7. Организационно-управленческая структура</b>	<b>56</b>
	8.1	<i>Организационная структура</i>	56
	8.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	57
	8.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	57
9		<b>8. Финансовый план</b>	<b>59</b>
	9.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	59
	9.2	<i>Объем финансирования</i>	59
	9.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (RUR)</i>	60
	9.4	<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)</i>	70
	9.5	<i>Анализ чувствительности</i>	72
	9.5.1	<i>Показатели эффективности проекта</i>	72
	9.5.2	<i>Основные параметры бизнес-плана:</i>	72
10		<b>9. Организационный план осуществления проекта</b>	<b>74</b>
	10.1	<i>План-график реализации проекта</i>	74
11		<b>10. Нормативная информация</b>	<b>75</b>
	11.1	<i>Нормативная база</i>	75
	11.2	<i>Нормативные документы</i>	75
	11.3	<i>Приложение 1. Технические характеристики оборудования для производства керамической посуды</i>	76
	11.4	<i>Приложение 2. Разработка Стратегии развития народных художественных промыслов Российской Федерации</i>	86
	11.5	<i>Приложение 3. Основные производители оборудования для производства керамической посуды</i>	92
	11.6	<i>Приложение 4. Основные специальности производства керамической посуды. Требования и характеристика</i>	98
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	Таблица 1. Исходные и расчетные данные объема рынка керамической посуды в 2011-2012гг. Таблица 2. Сравнительная характеристика основных производителей Таблица 3. Средние цены на конкретные виды продукции Таблица 4. План продаж Таблица 5. Оборудование, используемое для приготовления шликера Таблица 6. Оборудование, используемое для формовки (литья) изделия Таблица 7. Оборудование, используемое для сушки изделий Таблица 8. Оборудование, используемое при обжиге изделий Таблица 9. Оборудование, используемое при приготовлении ангоба Таблица 10. Оборудование, используемое при декоративной обработке керамической посуды Таблица 11. Цены предложения в сегменте «Печи для обжига изделий» Таблица 12. Состав и стоимость основного оборудования Таблица 13. Необходимое помещение, кв.м. Таблица 14. Постоянные и переменные затраты в месяц, руб. Таблица 15. План продаж		

	<p>Таблица 16. Штатное расписание  Таблица 17. Затраты на открытие  Таблица 18. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы. Часть 1  Таблица 19. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы. Часть 2  Таблица 20. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы. Часть 3  Таблица 21. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть 1  Таблица 22. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть 2  Таблица 23. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть 3  Таблица 24. Инвестиционные затраты.  Таблица 25. Отчет о прибылях и убытках. Часть 1  Таблица 26. Отчет о прибылях и убытках. Часть 2  Таблица 27. Отчет о прибылях и убытках. Часть 3  Таблица 28. Показатели эффективности проекта  Таблица 29. Показатели эффективности проекта при увеличении стоимости аренды на 1%  Таблица 30. Показатели эффективности проекта при увеличении минимальной ставки оплаты труда на предприятии на 1%  Таблица 31. Показатели эффективности проекта при уменьшении средней производственной наценки на 1%  Таблица 32. Показатели эффективности проекта при уменьшении средней стоимости одной отгрузки на 1%  Таблица 33. График реализации проекта  Таблица 34. Технические характеристики круговых печей LAC S.R.O. (Чехия)  Таблица 35. Технические характеристики камерных печей LAC S.R.O. (Чехия)  Таблица 36. Характеристики печей для эмалирования керамической посуды Nabertherm  Таблица 37. Характеристики камерных печей Nabertherm с пятисторонним нагревом  Таблица 38. Характеристики печей Faber  Таблица 39. Характеристики гончарных кругов Shimpo  Таблица 40. Характеристики гончарных кругов HSL  Таблица 41. Характеристики гончарных кругов Skutt  Таблица 42. Сравнительная характеристика технических параметров гончарных кругов, представленных на российском рынке  Таблица 43. Характеристики вибрационных сит НПК МЕХАНОБР Техника, ЗАО  Таблица 44. Сравнительная характеристика основных производителей оборудования для производства керамической посуды  Диаграмма 24. Объем российского производства керамической посуды в России с 2002 по 2012 годы, млн. штук  Диаграмма 25. Помесячная динамика изменения российского производства керамической посуды в 2012 году к 2011 году, тыс. шт.  Диаграмма 26. Динамика темпов прироста российского производства керамической посуды в 2002-2011гг,%  Схема 2. Типовая технологическая схема производства керамической посуды  Схема 2. Организационная структура</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_ППКПХ.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

# 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)



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.**