

Название отчета	ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ГРИБНОЙ ФЕРМЫ (С ФИНАНСОВОЙ МОДЕЛЬЮ)		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	18.06.2013		
Количество страниц	54 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>Цель БП: Создание туристско-информационного центра, оказывающего услуги в области туристской инфраструктуры.</p> <p>Бизнес - план содержит следующие основные блоки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 <p>Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта.</p> <p>Выдержки из БП: <i>Суть проекта</i> В 2012 г. объем рынка культивируемых грибов достиг ... тыс. тонн, что на ... тыс. тонн, или%, больше, чем в 2011 г. При этом по итогам прошлого года объем импорта по сравнению с предшествующим годом вырос на ... тыс. тонн, или%.</p> <p>В 2012 г. производство культивируемых грибов в Российской Федерации снизилось по сравнению с 2011 г. на тонн, или%. Отметим, что по итогам прошлого года произошло значительное сокращение производства шампиньонов, тогда как объемы</p> <p>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта Краткосрочная цель:</p> <p>Долгосрочная цель:</p> <p>Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	Введение	5
	2	1. Резюме проекта	6
	2.1	<i>Суть проекта</i>	6
	2.2	<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
	2.3	<i>Расчетные сроки проекта</i>	6
	2.4	<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
	2.5	<i>Стоимость проекта</i>	6
	2.6	<i>Источники финансирования проекта</i>	6
	2.7	<i>Выгоды и риски проекта</i>	6
	2.8	<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i>	7
	3	2. Описание товара/услуги	8
	3.1	<i>Определение товара/услуги</i>	8
	3.2	<i>Сегментация товара/услуги</i>	8

		<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования</i>	8
	3.3	<i>Перспективы развития товара/услуги</i>	8
	3.4	<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг</i>	8
	3.5		
4		3. Анализ рынка	9
	4.1	<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	9
	4.1.1	Текущая ситуация в отрасли	9
	4.1.2	Факторы, влияющие на отрасль	9
	4.2	<i>Общие данные о рынке</i>	9
	4.2.1	Объемы и емкость рынка	9
	4.2.2	Темпы роста	9
	4.2.3	Сегментация рынка	9
	4.3	<i>Ценообразование на рынке</i>	9
	4.4	<i>Конкурентный анализ</i>	9
	4.4.1	Количественная и качественная характеристика	9
	4.4.2	Тенденции основных производителей продукции	9
	4.4.3	Анализ политики продвижения	9
	4.5	<i>Анализ потребителей</i>	10
	4.6	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	10
5		4. Маркетинговый план	11
	5.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	11
	5.2	<i>Ценовая политика</i>	11
	5.3	<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	11
	5.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	11
6		5. План продаж	12
7		6. Производственная часть	13
		<i>Описание производственного процесса.</i>	
	7.1	<i>Технологическая схема производства продукции</i>	13
	7.2	<i>Требования к поставщикам</i>	14
	7.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	14
	7.3.1	Амортизация основных средств	15
	7.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	15
	7.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	15
	7.6	<i>Оценка доходов</i>	15
	7.7	<i>6.1. Функциональное решение</i>	15
	7.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия	15
8		7. Организационно-управленческая структура	17
	8.1	<i>Организационная структура</i>	17
	8.2	<i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	17
	8.3	<i>Затраты на оплату труда</i>	17
9		8. Финансовый план	18
	9.1	<i>Основные параметры расчетов</i>	18

	9.2	<i>Объем финансирования</i>	18
	9.3	<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	18
	9.4	<i>Показатели эффективности проекта</i>	18
	9.5	<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты)</i>	19
	9.6	<i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	19
	9.7	<i>Анализ чувствительности</i>	19
	9.7.1	Показатели эффективности проекта	19
	9.7.2	Основные параметры бизнес-плана:	19
	10	9. Организационный план осуществления проекта	21
	10.1	<i>План-график реализации проекта</i>	21
	11	10. Нормативная информация	22
	12	11. ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ	23
	13	Список приложений	24
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 1. Производство культивируемых грибов в Российской Федерации в 2002-2012 гг.</p> <p>Таблица 1. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасль</p> <p>Таблица 2. Динамика объема российского рынка культивируемых грибов в 2010-2012 гг., тонн</p> <p>Таблица 3. Производство культивируемых вешенок и шампиньонов в Российской Федерации в 2011-2012 гг., тонн</p> <p>Таблица 4. Цены на продукцию грибной фермы</p> <p>Таблица 5. Технологическая схема производства вешенки</p> <p>Таблица 6. Традиционная схема изготовления субстрата для производства вешенки</p> <p>Таблица 7. Требования вешенки обыкновенной к условиям выращивания в зависимости от фазы роста и развития</p> <p>Таблица 8. Состав и стоимость основного оборудования</p> <p>Таблица 9. Помещения грибной фермы и офиса</p> <p>Таблица 10. Состав и стоимость офисного оборудования</p> <p>Таблица 11. Состав и стоимость систем безопасности</p> <p>Таблица 12. Размер амортизационных отчислений в 1 году, руб.</p> <p>Таблица 13. Размер амортизационных отчислений во 2 году, руб.</p> <p>Таблица 14. Размер амортизационных отчислений в 3 году, руб.</p> <p>Таблица 15. Постоянные затраты в месяц, руб.</p> <p>Таблица 16. Переменные затраты в месяц, руб.</p> <p>Таблица 17. План по доходам (1 год), руб.</p> <p>Таблица 18. План по доходам (2 год), руб.</p> <p>Таблица 19. План по доходам (3 год), руб.</p> <p>Таблица 20. Штатное расписание</p> <p>Таблица 21. Основные параметры расчетов бизнес плана</p> <p>Таблица 22. Затраты на открытие</p> <p>Таблица 23. Инвестиционные затраты</p> <p>Таблица 24. Свод доходы-расходы 1 год, тыс. RUR</p> <p>Таблица 25. Свод доходы-расходы 2 год, тыс. RUR</p> <p>Таблица 26. Свод доходы-расходы 3 год, тыс. RUR</p> <p>Таблица 27. Бюджет движения денежных средств (Cash Flow) 1 год, тыс. RUR</p> <p>Таблица 28. Бюджет движения денежных средств (Cash Flow) 2 год, тыс. RUR</p> <p>Таблица 29. Бюджет движения денежных средств (Cash Flow) 3 год, тыс. RUR</p> <p>Таблица 30. Отчет о прибылях и убытках 1 год, руб.</p> <p>Таблица 31. Отчет о прибылях и убытках 2 год, руб.</p> <p>Таблица 32. Отчет о прибылях и убытках 3 год, руб.</p> <p>Таблица 33. Показатели эффективности проекта</p> <p>Таблица 34. Показатели эффективности проекта при увеличении стоимости земельного участка на 1%</p>		

	Таблица 34. Показатели эффективности проекта при увеличении среднемесячной расчетной заработной платы на 1% Таблица 34. Показатели эффективности проекта при уменьшении средней стоимости товара на 1% Таблица 34. График реализации проекта Схема 1. Схема линии по формированию субстрата и субстратных блоков с использованием оборудования ООО «Техник» Схема 2. Организация цеха формирования субстратных блоков Схема 3. Схема организации цеха инкубации Схема 4. Схема организации цеха выгонки плодовых тел Схема 5. Организационная структура
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	БП_Грибной фермы_2013.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.