|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план мясного магазина (с финансовой моделью)** |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 29.07.2016 |
| Количество страниц | 73 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 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 | **Цель БП:** Создание мясного магазина самообслуживания шаговой доступности.Бизнес - план содержит следующие основные блоки: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

Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. Суть проекта Создание туристического агентства.Долгосрочные и краткосрочные цели проекта**Краткосрочная цель:** …**Долгосрочная цель:** ….Расчетные сроки проекта Расчетный срок проекта – 5 года (60 месяцев).Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции**Продукт** - ….**Цена** - …. **Сбыт** – …. **Продвижение** – ….Стоимость проекта Объем необходимых инвестиций - …. руб.Источники финансирования проекта Собственные средства.Выгоды и риски проекта**Выгоды:** * ….

**Риски:** * …..

Ключевые экономические показатели эффективности проекта:….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **5** |
| 3 | **1. Резюме проекта** | **6** |
|  | 3.1 | *Суть проекта* | *6* |
|  | 3.2 | *Долгосрочные и краткосрочные цели проекта* | *6* |
|  | 3.3 | *Расчетные сроки проекта* | *6* |
|  | 3.4 | *Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции* | *6* |
|  | 3.5 | *Стоимость проекта* | *7* |
|  | 3.6 | *Источники финансирования проекта* | *7* |
|  | 3.7 | *Выгоды и риски проекта* | *7* |
|  | 3.8 | *Ключевые экономические показатели эффективности проекта* | *7* |
| 4 | **2. Анализ рынка** | **9** |
|  | 4.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | *9* |
|  |  | 4.1.1 | Текущая ситуация | 9 |
|  |  | 4.1.2 | Факторы, влияющие на отрасль | 9 |
|  | 4.2 | *Общие данные о рынке* | *10* |
|  |  | 4.2.1 | Количественные показатели рынка | 10 |
|  | 4.3 | *Ценообразование на рынке* | *17* |
|  | 4.4 | *Конкурентный анализ* | *19* |
|  |  | 4.4.1 | Количественная и качественная характеристика | 19 |
|  |  | 4.4.2 | Описание профилей крупнейших компаний | 20 |
|  |  | 4.4.3 | Сравнительная характеристика основных розничных компаний на рынке | 27 |
|  |  | 4.4.4 | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими предприятиями розничного сектора | 31 |
|  |  | 4.4.5 | Анализ политики продвижения | 32 |
|  | 4.5 | *Анализ потребителей* | *32* |
|  |  | 4.5.1 | Описание потребителей | 32 |
|  |  | 4.5.2 | Потребительские предпочтения | 32 |
| 5 | **3. Описание услуги** | **35** |
|  | 5.1 | *Определение услуги* | *35* |
|  | 5.2 | *Описание товара* | *35* |
|  | 5.3 | *Принятая концепция ценообразования* | *35* |
|  | 5.4 | *Перспективы развития услуги* | *35* |
|  | 5.5 | *Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров* | *36* |
| 6 | **4. Маркетинговый план** | **38** |
|  | 6.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | *38* |
|  | 6.2 | *Ценовая политика* | *38* |
|  | 6.3 | *Порядок осуществление продаж* | *38* |
|  | 6.4 | *Концепция рекламы и PR* | *39* |
| 7 | **5. План продаж** | **41** |
| 8 | **6. Производственная часть** | **43** |
|  | 8.1 | *Требования к поставщикам* | *43* |
|  | 8.2 | *Состав и стоимость оборудования* | *45* |
|  |  | 8.2.1 | Амортизация основных средств | 46 |
|  | 8.3 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | *46* |
|  | 8.4 | *Оценка постоянных и переменных затрат* | *46* |
|  | 8.5 | *Оценка доходов* | *47* |
|  | 8.6 | *6.1. Функциональное решение* | *50* |
|  |  | 8.6.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 50 |
| 9 | **7. Организационно-управленческая структура** | **52** |
|  | 9.1 | *Организационная структура* | *52* |
|  | 9.2 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | *52* |
|  | 9.3 | *Затраты на оплату труда* | *54* |
| 10 | **8. Финансовый план** | **55** |
|  | 10.1 | *Основные параметры расчетов* | *55* |
|  | 10.2 | *Объем финансирования* | *55* |
|  | 10.3 | *Показатели эффективности проекта* | *56* |
|  | 10.4 | *Основные формы финансовых расчетов* | *59* |
|  | 10.5 | *Анализ чувствительности* | *68* |
|  |  | 10.5.1 | Показатели эффективности проекта | 68 |
|  |  | 10.5.2 | Основные параметры бизнес-плана: | 68 |
| 11 | **9. Организационный план осуществления проекта** | **70** |
|  | 11.1 | *План-график реализации проекта* | *70* |
| 12 | **10. Нормативная информация** | **71** |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Таблица 1. Основные показатели эффективностиТаблица 2. Факторы, влияющие на отрасльТаблица 3. Изменение продаж пищевых продуктов, мяса и рыбы 2010-2015 гг., %Таблица 4. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетейТаблица 5. Анализ параметров конкуренции основных розничных сетей по формату магазиновТаблица 6. Сравнительная характеристика основных компаний розничного сектора на рынкеТаблица 7. Цены на товарыТаблица 8. План продажТаблица 9. План продаж в натуральном выраженииТаблица 10. Состав и стоимость основного оборудованияТаблица 11. Управленческие затраты в месяц, руб.Таблица 12. Коммерческие затраты в месяц, руб.Таблица 13. Прочие затраты, руб.Таблица 14. План по доходам на 1 год проекта, руб.Таблица 15. План по доходам на остальные годы проекта (2-3 год), руб.Таблица 16. Таблица 17. План по доходам на остальные годы проекта (2-3 год), руб.Таблица 18. Штатное расписаниеТаблица 19. Инвестиционные затратыТаблица 20. Затраты до выхода на безубыточностьТаблица 21. Расчет итоговой стоимости проектаТаблица 22. Чистый денежный поток, 1 проекта, тыс. руб.Таблица 23. График окупаемости проекта, 2 и 3 год проекта, тыс. руб.Таблица 24. График окупаемости проекта, 4 и 5 год проекта, тыс. руб.Таблица 25. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.Таблица 26. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.Таблица 27. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.Таблица 28. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.Таблица 29. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.Таблица 30. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.Таблица 31. Показатели эффективности проектаТаблица 32. Анализ чувствительности проектаТаблица 33. График реализации проектаСхема 1. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП мясной магазин 2016.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**