

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН КОФЕЙНИ

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:
февраль 2011 г.**

г. Москва

STEP BY STEP



Содержание

| | |
|--|-----------|
| Аннотация..... | 5 |
| <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 (4P) продукции</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>7</i> |
| <i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта</i> | <i>7</i> |
| Полное содержание исследования | 8 |
| <i>Список диаграмм</i> | <i>10</i> |
| <i>Список таблиц.....</i> | <i>10</i> |
| <i>Список схем</i> | <i>11</i> |
| <i>Список приложений</i> | <i>11</i> |
| Выдержки из исследования | 12 |
| 2. Описание товара/услуги..... | 13 |
| <i>Сегментация товара/услуги</i> | <i>13</i> |
| <i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования....</i> | <i>13</i> |
| <i>Перспективы развития товара/услуги.....</i> | <i>13</i> |
| <i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг.....</i> | <i>13</i> |
| 3. Анализ рынка | 14 |
| <i>Анализ положения дел в отрасли</i> | <i>14</i> |
| <i>Текущая ситуация в отрасли</i> | <i>14</i> |
| <i>Факторы, влияющие на отрасль.....</i> | <i>14</i> |
| <i>Общие данные о рынке.....</i> | <i>14</i> |
| <i>Объемы рынка</i> | <i>14</i> |
| <i>Ёмкость рынка.....</i> | <i>14</i> |

| | |
|---|-----------|
| Сегментация рынка..... | 15 |
| Сегментация по ассортименту..... | 15 |
| Сегментация по типу обслуживания..... | 15 |
| Сегментация по среднему чеку..... | 15 |
| Ценообразование на рынке..... | 15 |
| Конкурентный анализ..... | 16 |
| Анализ потребителей..... | 16 |
| Описание потребителей..... | 16 |
| Потребительские предпочтения..... | 17 |
| Выбор и обоснование уникального достоинства продукции..... | 17 |
| Уникальные достоинства, позиционирование..... | 17 |
| Ценовая политика..... | 17 |
| Порядок осуществление продаж / оказания услуг..... | 18 |
| Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы..... | 18 |
| 5. План продаж..... | 19 |
| Цены на конкретные виды товара..... | 20 |
| Организация сбыта. Каналы сбыта..... | 22 |
| План продаж на весь расчетный период..... | 22 |
| 6. Производственная часть..... | 24 |
| Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги..... | 24 |
| Требования к поставщикам..... | 24 |
| Состав и стоимость оборудования..... | 24 |
| Технические характеристики..... | 24 |
| Производственное и офисное оборудование..... | 24 |
| Оценка постоянных и переменных затрат..... | 25 |
| Оценка доходов..... | 26 |
| Функциональное решение..... | 29 |
| Выбор и обоснование типа предприятия..... | 29 |
| 7. Организационно-управленческая структура..... | 30 |

| | |
|--|-----------|
| Организационная структура..... | 30 |
| Специализация, количество и состав сотрудников..... | 30 |
| Затраты на оплату труда..... | 30 |
| 8. Финансовый план | 31 |
| Основные параметры расчетов..... | 31 |
| Объем финансирования | 31 |
| Основные формы финансовых расчётов..... | 32 |
| Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты) (РУБ) | 34 |
| Основные формы финансовых расчетов (РУБ)..... | 36 |
| Анализ чувствительности | 39 |
| Показатели эффективности проекта..... | 39 |
| Основные параметры бизнес-плана: | 39 |
| 9. Организационный план осуществления проекта..... | 40 |
| План-график реализации проекта..... | 40 |
| 10. Нормативная информация | 41 |
| Приложение | 42 |
| Приложение 1. Должностные инструкции..... | 42 |

АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие кофейни

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).

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание кофейни площадью 175 кв. м в крупном торговом (или торгово-развлекательном) комплексе в Москве, в густонаселённом районе за пределами третьего транспортного кольца.

Время работы – ежедневно, с 10 до 22 часов. В дни накануне выходного дня возможно продление работы до 23 часов. Выходные не предусмотрены, за исключением редких дней, для которых издержки превысят выручку (например, 1 января).

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочные цели проекта: выход на рынок кофейни в соответствующем районе города, создание узнаваемого имени, качественное оказание услуг, получение прибыли.

Долгосрочные цели проекта: расширение ассортимента напитков и блюд, расширение бизнеса, открытие аналогичных кофеен-филиалов в других районах города, в том числе по франшизе.

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – ... года.

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

Продукт – Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента, на первом этапе ставка будет сделана на качество и ассортимент товаров, высокий уровень бариста, оформителей, реализация соответствующих продуктов, разработка системы скидок и поощрений постоянным посетителям.

Цена – При формировании цены на продукты кофейни ориентиром будут служить цены конкурентов аналогичного формата, а также будет учитываться средний целевой сегмент потребителей и объём затрат компании.

Сбыт – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения.

Продвижение – Будет осуществляться как посредством средств печатной рекламы, аудиорекламы и создания сайта-визитки, так и путём установки указателей в торговом центре и массовой экспансии в Интернете (форум и социальные сети).

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Необходимый объем инвестиций – ... РУБ.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

Выгоды и риски проекта

Выгоды: коммерческие и социальные (реализация напитков и блюд для населения, предоставление рабочих мест, создание площадки для общения и деловых встреч).

Риски: открытие новых кофеен (в том числе, в том же торговом центре), постоянный рост игроков на рынке, изменение потребительского предпочтения, форс-мажорные обстоятельства.

Ключевые экономические показатели эффективности проекта

Ставка дисконтирования – ...%.

Срок окупаемости проекта - ... месяца

Срок окупаемости проекта дисконтированный – ... месяцев

Планируемый объем продаж – ... РУБ/год

Внутренняя норма рентабельности IRR, год. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Внутренняя норма рентабельности IRR, мес. – ...% для срока жизни проекта ... месяцев

Кол-во страниц: 68 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 6 диаграмм, 23 таблицы, 2 схемы, 1 приложение

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

| | | | |
|---|----------------------------------|--|-----------|
| 1 | Содержание | | |
| 2 | Введение | | 5 |
| 3 | 1. Резюме проекта | | 6 |
| | 3.1 | <i>Суть проекта</i> | 6 |
| | 3.2 | <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i> | 6 |
| | 3.3 | <i>Расчетные сроки проекта</i> | 6 |
| | 3.4 | <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i> | 6 |
| | 3.5 | <i>Стоимость проекта</i> | 7 |
| | 3.6 | <i>Источники финансирования проекта</i> | 7 |
| | 3.7 | <i>Выгоды и риски проекта</i> | 7 |
| | 3.8 | <i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта:</i> | 7 |
| 4 | 2. Описание товара/услуги | | 9 |
| | 4.1 | <i>Сегментация товара/услуги</i> | 9 |
| | 4.2 | <i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция ценообразования</i> | 9 |
| | 4.3 | <i>Перспективы развития товара/услуги</i> | 9 |
| | 4.4 | <i>Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров/услуг</i> | 10 |
| 5 | 3. Анализ рынка | | 13 |
| | 5.1 | <i>Анализ положения дел в отрасли</i> | 13 |
| | | 5.1.1 Текущая ситуация в отрасли | 13 |
| | | 5.1.2 Факторы, влияющие на отрасль | 13 |
| | 5.2 | <i>Общие данные о рынке</i> | 14 |
| | | 5.2.1 Объёмы рынка | 14 |
| | | 5.2.2 Ёмкость рынка | 16 |
| | 5.3 | <i>Сегментация рынка</i> | 17 |
| | | 5.3.1 Сегментация по ассортименту | 17 |
| | | 5.3.2 Сегментация по типу обслуживания | 18 |
| | | 5.3.3 Сегментация по среднему чеку | 19 |
| | 5.4 | <i>Ценообразование на рынке</i> | 20 |
| | 5.5 | <i>Конкурентный анализ</i> | 21 |
| | 5.6 | <i>Анализ потребителей</i> | 23 |
| | | 5.6.1 Описание потребителей | 23 |
| | | 5.6.2 Потребительские предпочтения | 24 |

| | | | | |
|----|---|---|---|----|
| | 5.7 | <i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i> | 26 | |
| 6 | 4. Маркетинговый план | | 27 | |
| | 6.1 | <i>Уникальные достоинства, позиционирование</i> | 27 | |
| | 6.2 | <i>Ценовая политика</i> | 27 | |
| | 6.3 | <i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i> | 28 | |
| | 6.4 | <i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i> | 28 | |
| 7 | 5. План продаж | | 29 | |
| | 7.1 | <i>Цены на конкретные виды товара</i> | 30 | |
| | 7.2 | <i>Организация сбыта. Каналы сбыта</i> | 32 | |
| | 7.3 | <i>План продаж на весь расчетный период</i> | 32 | |
| 8 | 6. Производственная часть | | 34 | |
| | 8.1 | <i>Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции / организации услуги</i> | 34 | |
| | 8.2 | <i>Требования к поставщикам</i> | 34 | |
| | 8.3 | <i>Состав и стоимость оборудования</i> | 35 | |
| | | 8.3.1 | Технические характеристики | 35 |
| | | 8.3.2 | Производственное и офисное оборудование | 35 |
| | 8.4 | <i>Оценка постоянных и переменных затрат</i> | 36 | |
| | 8.5 | <i>Оценка доходов</i> | 38 | |
| | | 8.5.1 | Функциональное решение | 41 |
| | | 8.5.2 | Выбор и обоснование типа предприятия | 41 |
| 9 | 7. Организационно-управленческая структура | | 42 | |
| | 9.1 | <i>Организационная структура</i> | 42 | |
| | 9.2 | <i>Специализация, количество и состав сотрудников</i> | 42 | |
| | 9.3 | <i>Затраты на оплату труда</i> | 43 | |
| 10 | 8. Финансовый план | | 44 | |
| | 10.1 | <i>Основные параметры расчетов</i> | 44 | |
| | 10.2 | <i>Объем финансирования</i> | 44 | |
| | 10.3 | <i>Основные формы финансовых расчётов</i> | 45 | |
| | 10.4 | <i>Состав и характер затрат на реализацию проекта (инвестиционные затраты) (РУБ)</i> | 47 | |
| | 10.5 | <i>Основные формы финансовых расчетов (РУБ)</i> | 49 | |
| | 10.6 | <i>Анализ чувствительности</i> | 52 | |
| | | 10.6.1 | Показатели эффективности проекта | 52 |
| | | 10.6.2 | Основные параметры бизнес-плана: | 52 |

| | | | |
|--------|--|---|--|
| 1 1 | 9. Организационный план осуществления проекта | | 54 |
| | 11.1 | <i>План-график реализации проекта</i> | 54 |
| 1 2 | 10. Нормативная информация | | 55 |
| 1 3 | Приложение | | 57 |
| | 13.1 | <i>Приложение 1. Должностные инструкции</i> | 57 |
| | | 13.1.1 | Должностная инструкция директора предприятия (Управляющего кофейней) |
| | | 13.1.2 | Должностная инструкция главного бухгалтера |
| | | 13.1.3 | Должностная инструкция бариста |
| | | 13.1.4 | Должностная инструкция кассира |
| | | 13.1.5 | Должностная инструкция уборщицы |

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Объем российского рынка кофеен, млн. \$
- Диаграмма 2. Сегментация кофеен по ассортименту, %
- Диаграмма 3. Сегментация кофеен по типу обслуживания, %
- Диаграмма 4. Сегментация кофеен по среднему чеку, %
- Диаграмма 5. Смогли бы Вы продолжительное время обойтись без кофе?
- Диаграмма 6. Неценовые факторы выбора кофейни потребителями, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Факторы, влияющие на отрасль
- Таблица 2. Средняя наценка по группам напитков и блюд, %
- Таблица 3. Сравнительная характеристика нескольких игроков
- Таблица 4. Потребительские предпочтения клиентов, %
- Таблица 5. Потребительские предпочтения клиентов в I и IV кварталах
- Таблица 6. Спрос во II и III кварталах по отношению к I и IV кварталам
- Таблица 7. Потребительское предпочтение во II и III кварталах
- Таблица 8. Средняя стоимость на предлагаемые товары
- Таблица 9. План продаж на весь расчетный период, ед. товара
- Таблица 10. Состав и стоимость основного оборудования
- Таблица 11. Состав и стоимость оборудования системы безопасности

- Таблица 12. Постоянные и переменные затраты в месяц, руб.
- Таблица 13. План по доходам, руб. Часть I
- Таблица 14. План по доходам, руб. Часть II
- Таблица 15. Штатное расписание
- Таблица 16. Затраты на открытие
- Таблица 17. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы
- Таблица 18. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть I
- Таблица 19. План движения денежных средств (Cash Flow). Часть II
- Таблица 20. Отчёт о прибылях и убытках. Часть I
- Таблица 21. Отчёт о прибылях и убытках. Часть II.
- Таблица 22. Отчёт о прибылях и убытках. Часть III
- Таблица 23. График реализации проекта

СПИСОК СХЕМ

- Схема 1. Схема организации услуги
- Схема 2. Организационная структура

СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

- Приложение 1. Должностные инструкции

Выдержки из исследования

2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

В кофейне будет представлен традиционный для подобных заведений ассортимент блюд и напитков для широкого круга потребителей. Товаром будут являться напитки (алкогольные и безалкогольные), а также различные блюда....

СЕГМЕНТАЦИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

Разделим предлагаемый клиентам ассортимент кофейни на два больших сегмента:...

СТОИМОСТЬ ТОВАРА/УСЛУГИ. ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Стоимость реализуемой продукции определяется на основе анализа состояния конкурентной среды и устанавливается на уровне цен лидеров рынка....

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

По мнению специалистов, рынок кофеен в России не только очень перспективен, несмотря на то, что, как показала практика, был несколько подвержен кризису. Тем не менее этот рынок оказался менее пострадавшим от кризиса по сравнению с рядом других отраслей. Кроме того, он несёт в себе много новых возможностей для участников игры.

...

ЛИЦЕНЗИИ, ПАТЕНТЫ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ТОВАРОВ/УСЛУГ

Открытие кофейни сопровождается массой разрешений и лицензий, которые следует получить, а также требованиями, которые следует учесть.

...

3. АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

Развитие российского бизнеса кафе и кофеен как отрасли началось около десяти лет назад. Самый конец 1990-х годов и начало 2000-х стало временем бурного роста и «естественного отбора» в относительно новой для России отрасли. ...

...

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТРАСЛЬ

Одним из факторов роста отрасли станет и благоприятное развитие экономической ситуации в стране, и решение ряда законодательных проблем и организационных задач, особенно касающихся развития и поддержки малого и среднего бизнеса, как со стороны государства, так и органов власти на местах в лице законодательной и исполнительной властей

...

...

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

ОБЪЁМЫ РЫНКА

... По некоторым данным, оборот московских кофеен составляет ...млрд. руб. в месяц. Всего в Москве около ... кофеен. Таким образом, месячный оборот среднестатистической московской кофейни составляет ...

...

ЁМКОСТЬ РЫНКА

...

| Наименование продукта | Средняя наценка, % |
|-----------------------|--------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

Сейчас рынок кофеен достаточно насыщенный и конкурентный. В Москве на сегодняшний день насчитывается около ... подобных заведений.

...

Другими сетевыми игроками являются:...

- ...

...

ТАБЛИЦА 2. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА НЕСКОЛЬКИХ ИГРОКОВ

| Сеть | Год основания | Ассортимент | Количество точек в Московском регионе | Ценовая политика |
|------|---------------|-------------|---------------------------------------|------------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Таким образом, успех на данном рынке во многом зависит от ассортимента меню, а также от того, как долго бренд присутствует на рынке.

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Посетителей кофеен можно условно разделить на три категории:

- ...

С точки зрения портрета типичного посетителя кофейни, то по данным исследования

• ...

...

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Предполагается следующие доли предпочтения потребителей, исходя из вида продукции:

Таблица 3. Потребительские предпочтения клиентов, %

| Товарная категория | Доля в общем объеме продаж, % |
|---------------------------|--------------------------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

...

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ДОСТОИНСТВА ПРОДУКЦИИ

Уникальным достоинством кофейни будет являться его расположение, а также ассортимент. ...4. Маркетинговый план

УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Наиболее важным моментом при позиционировании кофейни на рынке станет ...

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Цены будут устанавливаться как средние на каждый продукт по сравнению с другими кофейнями и кафе, расположенными по соседству. ...

ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ / ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

Осуществление продажи продуктов будет гарантироваться следующими факторами:

- ...

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ

Цель рекламной компании – доведение до большего числа потенциальных клиентов информации об открытии кофейни.

...

| Наименование товара | Средняя стоимость, руб. |
|---------------------|-------------------------|
| | |
| | |
| | |
| | |

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА. КАНАЛЫ СБЫТА

Товар планируется реализовывать непосредственно потребителям, без посредников, т.е. с помощью прямых каналов товародвижения.

...

План продаж на весь расчетный период

План продаж составлялся, исходя из следующих факторов:

- При выходе на 100% мощность продажи в среднем будут составлять ... ед. товара ежемесячно, с учётом сезонных колебаний;
- Средняя стоимость товара определяется для каждого сегмента индивидуально.



6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ / ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГИ

СХЕМА 1. СХЕМА ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГИ

...

ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ

Главными требованиями при выборе поставщика товаров для кофейни будут являться:

- ...

СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Оборудование кофейни должно отвечать следующим качествам:

- ...

ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ И ОФИСНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Для кофейни понадобится следующее оборудование:...

Стоимость основного оборудования составляет ... рублей.

Таблица 9. Состав и стоимость основного оборудования

| № | Наименование | Кол-во | Цена руб. | Сумма руб. |
|---|--------------|--------|-----------|------------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |



ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

В качестве организационно-правовой формы для кофейни рекомендуется выбрать общество с ограниченной ответственностью (ООО). Выбор такой организационно-правовой формы связан с тем, что:

...



7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

СХЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

...

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, КОЛИЧЕСТВО И СОСТАВ СОТРУДНИКОВ

Главными требованиями к персоналу кофейни будут являться:..

...

Также для всех сотрудников обязательно гражданство РФ и наличие полного пакета документов, необходимого для работы.

.....

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Штат сотрудников насчитывает ... человек. Затраты оплаты труда будут соответственно составлять руб. в месяц (ФОТ), отчисления в Пенсионный фонд составят руб. в месяц, в ФСС – ... руб., в ФОМС – руб. Таким образом, ФОТ с отчислениями в три фонда составит руб. в месяц.

ТАБЛИЦА 14. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

| Должность | Кол-во | З.п., руб. | Сумма, руб. | отчисления | Итого |
|-----------|--------|------------|-------------|------------|-------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Маркетинговое Агентство Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, дом 29, 3 этаж

Тел./ Факс (495) 915-39-69, 760-5073, www.step-by-step.ru



| Месяц | Расходы, руб. | Доходы, руб. | Налог на прибыль, руб. | Итого, руб. | Прибыль до налогов, руб. |
|-------|---------------|--------------|------------------------|-------------|--------------------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Окупаемость проекта наступает с ... месяца: совокупные доходы от деятельности за ... месяцев превышают совокупные расходы за этот период.



СОСТАВ И ХАРАКТЕР ЗАТРАТ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА (ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ) (РУБ)

ТАБЛИЦА 17. План движения денежных средств (CASH FLOW). Часть I

| Показатели | 1 год | | | | | 2 год | | | | |
|------------------------------------|-------|----|-----|----|-------|-------|----|-----|----|-------|
| | I | II | III | IV | Всего | I | II | III | IV | Всего |
| Операционная деятельность | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| Инвестиционная деятельность | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |

ТАБЛИЦА 18. План движения денежных средств (CASH FLOW). Часть II

| Показатели | 3 год | | | | | ИТОГО |
|----------------------------------|-------|----|-----|----|-------|-------|
| | I | II | III | IV | Всего | |
| Операционная деятельность | | | | | | |
| | | | | | | |



| Показатели | 3 год | | | | | ИТОГО |
|------------|------------------------------------|----|-----|----|-------|-------|
| | I | II | III | IV | Всего | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | Инвестиционная деятельность | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |



АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- ...

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ БИЗНЕС-ПЛАНА:

-

Таким образом, проект более чувствителен к

9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ТАБЛИЦА 22. ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

| № п/п | Наименование работ | Месяцы | | | |
|----------|--------------------|--------|---|---|---------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4, 5... |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

10. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

-

ПРИЛОЖЕНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ДОЛЖНОСТНЫЕ ИНСТРУКЦИИ

.....

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: info@step-by-step.ru) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88