|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **Типовой бизнес-план грибоводческого комплекса по выращиванию шампиньонов с полным технологическим циклом (с финансовой моделью)**  |
| Название компании-исполнителя | Группа компаний Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 21.09.2016 |
| Количество страниц | 71 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 грибоводческого комплекса по выращиванию шампиньонов полного цикла производительностью около 9-10 тонн в месяц.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 грибоводческого комплекса по выращиванию шампиньонов полного цикла производительностью около 9-10 тонн в месяц.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. Описание товара** | **9** |
|  | 4.1 | *Определение товара* | *9* |
|  | 4.2 | *Сегментация товара* | *10* |
|  | 4.3 | *Стоимость товара. Принятая концепция ценообразования* | *11* |
|  | 4.4 | *Перспективы развития товара* | *11* |
|  | 4.5 | *Лицензии, патенты, государственная поддержка товаров* | *11* |
| 5 | **3. Анализ рынка** | **13** |
|  | 5.1 | *Анализ положения дел в отрасли* | *13* |
|  |  | 5.1.1 | Факторы, влияющие на отрасль | 13 |
|  | 5.2 | *Общие данные о рынке* | *13* |
|  | 5.3 | *Основные показатели российского производства* | *13* |
|  | 5.4 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | *15* |
|  |  | 5.4.1 | Сегментация рынка | 17 |
|  |  | 5.4.2 | Сегментирование по основным наименованиям | 17 |
|  |  | 5.4.3 | Сегментирование по методам обработки | 17 |
|  |  | 5.4.4 | Сегментирование по видам упаковки | 17 |
|  | 5.5 | *Ценообразование на рынке* | *18* |
|  | 5.6 | *Конкурентный анализ* | *20* |
|  |  | 5.6.1 | Основные производители | 20 |
|  |  | 5.6.2 | Сравнительная характеристика основных производителей на рынке | 21 |
|  | 5.7 | *Анализ потребителей* | *28* |
|  | 5.8 | *Сегментация потребителей* | *28* |
|  |  | 5.8.1 | Потребители в сегменте B2C | 28 |
|  |  | 5.8.2 | Потребители в сегменте B2B | 28 |
|  | 5.9 | *Потребительские предпочтения* | *28* |
|  | 5.10 | *Выбор и обоснование уникального достоинства продукции* | *31* |
| 6 | **4. Маркетинговый план** | **33** |
|  | 6.1 | *Уникальные достоинства, позиционирование* | *33* |
|  | 6.2 | *Ценовая политика* | *33* |
|  | 6.3 | *Порядок осуществление продаж / оказания услуг* | *33* |
|  | 6.4 | *Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы* | *33* |
| 7 | **5. План продаж** | **34** |
| 8 | **6. Производственная часть** | **35** |
|  | 8.1 | *Описание производственного процесса. Технологическая схема производства продукции* | *35* |
|  |  | 8.1.1 | Выращивание и сбор шампиньонов | 38 |
|  | 8.2 | *Требования к поставщикам* | *39* |
|  | 8.3 | *Состав и стоимость оборудования* | *40* |
|  |  | 8.3.1 | Амортизация основных средств | 43 |
|  | 8.4 | *Оценка и обоснование необходимых ресурсов* | *44* |
|  | 8.5 | *Оценка постоянных и переменных затрат* | *44* |
|  | 8.6 | *Оценка затрат* | *44* |
|  |  | 8.6.1 | План по затратам | 46 |
|  | 8.7 | *Оценка доходов* | *49* |
|  | 8.8 | *6.1. Функциональное решение* | *51* |
|  |  | 8.8.1 | Выбор и обоснование типа предприятия | 51 |
| 9 | **7. Организационно-управленческая структура** | **53** |
|  | 9.1 | *Организационная структура* | *53* |
|  | 9.2 | *Специализация, количество и состав сотрудников* | *54* |
|  | 9.3 | *Затраты на оплату труда* | *57* |
| 10 | **8. Финансовый план** | **58** |
|  | 10.1 | *Основные параметры расчетов* | *58* |
|  | 10.2 | *Объем финансирования* | *58* |
|  | 10.3 | *Показатели эффективности проекта* | *59* |
|  | 10.4 | *Основные формы финансовых расчетов* | *62* |
|  | 10.5 | *Анализ чувствительности* | *69* |
|  |  | 10.5.1 | Показатели эффективности проекта | 69 |
|  |  | 10.5.2 | Основные параметры бизнес-плана: | 69 |
| 11 | **Организационный план осуществления проекта** | **71** |
|  | 11.1 | *План-график реализации проекта* | *71* |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Места приобретения грибов потребителямиДиаграмма 2. Потребительские предпочтения по категориям грибов, приобретаемых потребителями в розничных точках продажДиаграмма 3. Наиболее популярные среди потребителей сорта грибовТаблица 1. Ключевые показатели эффективности проектаТаблица 2. Положительные и отрицательные факторы, влияющие на отрасльТаблица 3. Динамика промышленного производства грибов в России в 2012 – 2015 гг., тыс. тонн, %Таблица 4. Динамика объема продаж грибов в 2012 – 2015 гг., тыс. тонн, %Таблица 5. Средняя стоимость на основные виды продукции, руб./кг.Таблица 6. Основные производители грибов на российском рынкеТаблица 7. Сравнительная характеристика основных производителей на рынкеТаблица 8. Цены на продукцию грибной фермы, руб.Таблица 9. Технологическая схема производства шампиньоновТаблица 10. Традиционная схема изготовления субстрата для производства шампиньоновТаблица 11. Состав и стоимость основного оборудованияТаблица 12. Помещения грибной фермы и офисаТаблица 13. Размер амортизационных отчислений на оборудование в 1 году, руб.Таблица 14. Размер амортизационных отчислений на недвижимость в 1 году, руб.Таблица 15. Размер амортизационных отчислений на нематериальные активы в 1 году, руб.Таблица 16. Прочие расходы, руб.Таблица 17. План по расходам на первый год проекта, руб.Таблица 18. План по расходам на 2 и 3 годы проекта, руб.Таблица 19. План по расходам на 4 и 5 годы проекта, руб.Таблица 20. План по доходам на первый год проекта, руб.Таблица 21. План по доходам (2 -3 год), руб.Таблица 22. План по доходам (4-5 год), руб.Таблица 23. Штатное расписаниеТаблица 24. Инвестиционные затратыТаблица 25. Затраты до выхода на безубыточностьТаблица 26. Расчет итоговой стоимости проектаТаблица 27. Чистый денежный поток, 1 проекта, тыс. руб.Таблица 28. График окупаемости проекта, 2 и 3 год проекта, тыс. руб.Таблица 29. График окупаемости проекта, 4 и 5 год проекта, тыс. руб.Таблица 30. Отчет о прибылях и убытках (1 год), тыс. руб.Таблица 31. Отчет о прибылях и убытках (2-3 год), тыс. руб.Таблица 32. Отчет о прибылях и убытках (4-5 год), тыс. руб.Таблица 33. Отчет о движении денежных средств (1 год), тыс. руб.Таблица 34. Отчет о движении денежных средств (2-3 год), тыс. руб.Таблица 35. Отчет о движении денежных средств (4-5 год), тыс. руб.Таблица 36. Показатели эффективности проектаТаблица 37. Анализ чувствительности проектаТаблица 38. График реализации проектаСхема 1. Ценовое сегментирование рынка грибов, руб./кг. Схема 2. Организационная структура |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | БП грибоводческий комплекс 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.**