

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

МИНИ-ПЕКАРНИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК 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. ГК 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 ГК Step by Step.

Дата выпуска отчета: июль 2011 г.

г. Москва



Содержание

Аннотация
Суть проекта
Долгосрочные и краткосрочные цели проекта Ошибка! Закладка не определена.
Расчетные сроки проекта Ошибка! Закладка не определена
Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции Ошибка! Закладка не определена.
Стоимость проекта
Источники финансирования проекта Ошибка! Закладка н о определена.
Выгоды и риски проекта Ошибка! Закладка не определена
Ключевые экономические показатели эффективности проекта
Полное содержание исследования
Список диаграмм
Список таблиц
Список схем
Список приложений
Выдержки из исследования10

г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 <u>www.step-by-step.ru</u>



Аннотация

Цель БП: открытие мини-пекарни

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

Открытие мини-пекарни в арендуемом помещении.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочные цели проекта:

- эффективная работа в условиях конкурентной борьбы
- закрепление устойчивой позиции на рынке хлебобулочных изделий
 г. Москвы и Подмосковья

Долгосрочные цели проекта:

- расширение производства
- создание круга постоянных клиентов
- увеличение стоимости компании

Маркетинговое Агентство Step by Step г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж

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



РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетные сроки – 3 года (36 месяцев)

Резюме комплекса маркетинга	(4P) ПРОДУКЦИИ
-----------------------------	-----	-------------

_	Продукт –
-	Цена
-	Сбыт –
_	Продвижение –

Стоимость проекта

Стоимость проекта составляет 6 170 963 руб.

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

Выгоды и риски проекта

Выгоды	
Риски	

Ключевые экономические показатели эффективности ПРОЕКТА

- Срок окупаемости проекта: ...месяцев
- Срок окупаемости дисконтированный ...месяца
- Чистый дисконтированный доход (NPV) ... руб.
- Внутренняя норма доходности (IRR) ...%



Кол-во страниц: 65 стр. Язык отчета: русский

Отчет содержит: 4 диаграммы, 18 таблиц, 1 схема



Полное содержание исследования

1. PE	ЗЮМЕ ПР	POEKTA	7
Суть	ь проекта		7
1.1	Долгоср	очные и краткосрочные цели проекта	7
1.2	Расчет	ные сроки проекта	7
1.3	Резюме	комплекса маркетинга (4Р) продукции	7
1.4	Стоимо	ость проекта	8
1.5	Источн	ики финансирования проекта	8
1.6	Выгоды	и риски проекта	8
	Ключевь	ые экономические показатели эффективности	
1.7	проекта	3	8
2. OF	ПИСАНИЕ	продукции	9
2.1	Функцис	рнальное назначение продукции	9
2.2	Виды пр	одукции	9
2.3	Стоимо	ость продукции, принятая концепция ценообразования	11
2.4	Требова	ния к контролю качества	11
2.5	Возможн	ности для дальнейшего развития продукции	11
2.6	Патент	пно-лицензионная защита продукции	12
3. AH	ІАЛИЗ РЬ	IHKA	13
3.1	Анализ і	положения дел в отрасли	13
	3.1.1	Текущая ситуация в отрасли	13
	3.1.2	Объем пищевой промышленности	14
	3.1.3	Темпы роста отрасли пищевой промышленности	15
	3.1.4	Факторы, влияющие на отрасль	17
3.2	Общие с	данные о рынке	18
3.3	Конечнь	ве потребители	19
	3.3.1	Потенциальные потребители продукции	21
	3.3.2	Сегментация потребителей	21
		Описание основных сегментов потребителей,	
		потребительские предпочтения основных сегментов	
	3.3.3	потребителей	21
	3.3.4	Выбор и обоснование целевого сегмента	22
3.4	Конкуре	нтный анализ	22
	3.4.1	Описание и анализ потенциальных конкурентов	22
	3.4.2	ОАО КБК «Черемушки»	23
	3.4.3	ЗАО «Хлебзавод №22»	24



	3.4.4 ОАО "Черкизово"	25
	3.4.5 ОАО "МБКК "Коломенское"	25
	Выбор и обоснование уникального достоинства	
	3.4.6 продукции	26
4. M	АРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН	27
4.1	Уникальное достоинство продукта, позиционирование	27
4.2	Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию	27
	Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий	
4.3	сбыта продукции	27
	Концепция рекламы и PR. Программа по организации	
4.4	рекламы.	28
5. ПЈ	ПАН СБЫТА	29
5.1	Цены на конкретные позиции продукции	29
	5.1.1 Организация сбыта	29
	5.1.2 Каналы сбыта	29
	5.1.3 Объем производства мини-пекарни	30
	5.1.4 Доставка продукции	31
	5.1.5 Расчет затрат на бензин для доставки продукции	31
5.2	План продаж на весь расчетный период	31
6. ПР	РОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ	33
	Описание производственного процесса. Технологическая	
6.1	схема производства продукции.	33
6.2	Требования к подрядчикам	33
6.3	Состав основного оборудования	34
6.4	Оценка и обоснование необходимых ресурсов	34
	Оценка постоянных и переменных затрат при производстве	
6.5	продукции	35
6.6	Оценка доходов при производстве продукции	36
6.7	Функциональное решение	38
6.8	Выбор и обоснование типа предприятия	38
7. OF	РГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА	39
7.1	Организационная структура предприятия	39
7.2	Специализация, количество и состав сотрудников	39
7.3	Затраты на оплату труда	41
8. ФІ	ИНАНСОВЫЙ ПЛАН	42
8.1	Объем финансирования	42
8.2	Параметры финансовой части бизнес-плана. анализ	43

г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 <u>www.step-by-step.ru</u>



	чувстны	ипельности к изменениям параметров	
8.3	Основні	ые формы финансовых расчетов	44
		Отчет о прибылях и убытках (показывает	
		операционную деятельность предприятия по	
	8.3.1	периодам)	44
	8.3.2	План движения денежных средств (Cash Flow)	46
8.4	Показаг	тели эффективности проекта	47
9. HC	РМАТИВ	РИДИ В В В В В В В В В В В В В В В В В В	48
9.1	Нормап	пивная база	48
	Необхо	димые лицензии или разрешения для выполнения	1
9.2	проект	а (сроки и стоимость получения)	49
10. O	РГАНИЗ/	АЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА	50
10.1	План-гр	рафик реализации проекта	50
11. П	РИЛОЖЕ	РИЯ	51
	Прилож	ение 1 Таблица по крупнейшим хлебопекарным	1
11.1	предпри	иятиям г. Москвы	51
11.2	Прилож	ение 2 Должностные инструкции	54
	11.2.1	Директор	54
	11.2.2	Бухгалтер	56
	11.2.3	Пекарь хлебобулочных изделий	58
	11.2.4	Водитель	60
	11.2.5	Уборщица	62

Список диаграмм

Диаграмма 1. Объем отгруженных товаров пищевой промышленности в Российской Федерации, млрд.руб.

Диаграмма 2. Сравнительная динамика производства пищевых продуктов РФ с поправкой на неформальную деятельность предприятий и объемов отгруженных товаров пищевой отрасли, %

Диаграмма 3. Объемы внутреннего производства хлебобулочных изделий в России с 2007 по 2010 годы, млн. тонн

Диаграмма 4. Доля расходов на хлебобулочные изделия в расходах на питание и доля расходов на питания в доходах, 2010г, %

Список таблиц

Таблица 1. Состав продукции производимой мини-пекарней

г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 <u>www.step-by-step.ru</u>



Таблица 2. Индекс производства пищевых продуктов РФ, в % к предыдущему году

Таблица 3. Динамика объема отгруженных товаров пищевой отрасли, включая напитки, и табака, %

Таблица 4. Факторы, влияющие на отрасль

Таблица 5. Оптовые цены на продукцию мини-пекарни

Таблица 6. Объем продаж в месяц после выхода на проектную мощность

Таблица 7. Состав основного оборудования

Таблица 8. Накладные (постоянные) расходы в месяц после запуска производства продукции, руб.

Таблица 9. Переменные расходы в месяц по мере выхода на проектную мощность (174 тыс. шт.), руб.

Таблица 10. Доходы по мере выхода на проектную мощность (174 тыс. шт.), руб.

Таблица 11. Штатное расписание

Таблица 12. Затраты на открытие мини-пекарни

Таблица 13. Чувствительность основных показателей эффективности к изменениям основных параметров

Таблица 14. Отчет о прибылях и убытках, руб (Часть 1)

Таблица 15 Отчет о прибылях и убытках, руб. (Часть 2)

Таблица 16. План движения денежных средств, руб. (Часть 1)

Таблица 17 План движения денежных средств, тыс. руб. (Часть 2)

Таблица 18. Календарный план осуществления проекта

Список схем

Схема 1. Организационная структура предприятия



Выдержки из исследования

г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 <u>www.step-by-step.ru</u>



2. ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

В настоящее время открывается большое количество различных предприятий общественного питания (кафе, рестораны, кофейни и т.п.), которые не производят выпечку самостоятельно, а заказывают хлебобулочную продукцию в пекарнях. Помимо того, ассортимент хлебобулочных изделий любого продуктового магазина будет неполным без свежей вкусной выпечки. Данный вид продукции пользуется спросом в общественных местах (вокзалы, рынки, супермаркеты, университеты, бизнес-центры и т.п.). Таким образом, предприятия по производству хлебобулочной продукции играют достаточно важную роль в организации питания населения. В рамках данного проекта рассматривается открытие мини-пекарни.

..

...

. . .

Виды продукции

На рынке представлены следующие сорта хлеба: традиционный (ржаной и пшеничный), элитный, профилактический, национальный, диетический, с использованием различных добавок из льняного семени, пассированной муки, семечек, крупной соли. Также можно говорить о большом разнообразии выпечки. После экспресс-анализа рынка в качестве базовой была взята следующая номенклатура продукции:

ТАБЛИЦА 19. СОСТАВ ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДИМОЙ МИНИ-ПЕКАРНЕЙ

Наименование	Вес теста, гр.	Вес начинки, гр.

г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 <u>www.step-by-step.ru</u>



Малое предприятие должно быть гибким, способным быстро перестроиться и изменить ассортимент. Такое производство в кратчайшие сроки позволяет предложить потребителю другую, обладающую более высокими потребительскими свойствами продукцию (более вкусную, разнообразную и полезную). Это и есть один из компонентов успеха.

. . .

...

...

г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 <u>www.step-by-step.ru</u>



3. АНАЛИЗ РЫНКА

Анализ положения дел в отрасли

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

Пищевая промышленность - отрасль лёгкой промышленности, являющаяся совокупностью производств пищевых продуктов в готовом виде или в виде полуфабрикатов, а также табачных изделий, мыла и моющих средств, парфюмерно-косметической продукции. В системе агропромышленного комплекса пищевая промышленность тесно связана с сельским хозяйством (как поставщиком сырья) и с торговлей (как с основным потребителем).¹

К предприятиям пищевой промышленности России, пищевым предприятиям относятся: пищевые заводы, компании, комбинаты и фабрики. ...

•••

Общие данные о рынке

Объем Рынка хлебобулочных изделий в натуральном выражении

Объем рынка хлебобулочных изделий постепенно сокращается

Диаграмма 5. Объемы внутреннего производства хлебобулочных изделий в России с 2007 по 2010 годы, млн. тонн

Источник: ГК Step by Step, 2011 год

...

Емкость Рынка хлебобулочных изделий в натуральном и денежном выражении

Для расчета емкости рынка необходимы следующие переменные:

1 http://ru.wikipedia.org/

13

...

. . .



Темпы роста произодства хлебобулочных	изделий

Структура рынка предложения

- Малые пекарни (до 3 тыс. шт. изделий в сутки);

г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 <u>www.step-by-step.ru</u>



5. ПЛАН СБЫТА

ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ПОЗИЦИИ ПРОДУКЦИИ

Таблица 20. Оптовые цены на продукцию мини-пекарни

Наименование	Вес, гр.	Цена изделия, руб.

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА

Каналы сбыта

Сбыт продукции конечным потребителям будет осуществляться через следующие каналы:

- 1. Близлежащие рестораны, кофейни;
- 2. Близлежащие магазины;
- 3. Близлежащие вузы, школы, колледжи.

Помимо указанных каналов сбыта, продукцию мини-пекарни возможно также поставлять в ближайшие кинотеатры и промышленные предприятия.

г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 <u>www.step-by-step.ru</u>



ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ПРОДУКЦИИ

Таблица 21. Накладные (постоянные) расходы в месяц после запуска производства продукции, руб.

№ п/п	Наименование затрат	Величина затрат
1	Аренда	
2	ФОТ	
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

Первые шесть месяцев переменные затраты будут меньше, чем при выходе на проектную мощность и будут расти по мере роста товарооборота.

Состав основного оборудования

Таблица 22. Состав основного оборудования

Наименование	Кол- во	Цена, руб.	Сумма, руб.	Амортизация (срок)	Амортизация (сумма)
Итого	21				

г. Москва, ул. Николоямская, д. 29, 3-й этаж Тел. (495)915-39-69, (495)760-5073 <u>www.step-by-step.ru</u>



Основное оборудование мини-пекарни, в соответствии со статьей 258 УК РФ, относится к третьей (со сроком полезного использования свыше 3-х лет до 5-ми лет включительно), четвертой (со сроком полезного использования свыше 5-ти лет до 7-ми лет включительно) и к пятой (со сроком полезного использования свыше 7-ми лет до 10-ти лет включительно) амортизационным группам.

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