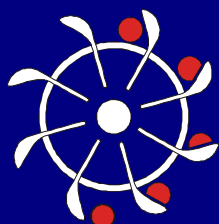


ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЕ ПИВНОГО РЕСТОРАНА (ПАБА)

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.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва



Аннотация	3
<i>Цели исследования</i>	<i>3</i>
<i>Представленная информация</i>	<i>3</i>
Полное содержание исследования	4
Список Приложений	7
Список диаграмм и таблиц.....	8
Содержание бизнес-плана.....	9
<i>Суть проекта</i>	<i>9</i>
<i>География исследования</i>	<i>9</i>
<i>Методы сбора информации</i>	<i>9</i>
<i>Описание сегментов рынка.....</i>	<i>9</i>
<i>Анализ положения дел в отрасли</i>	<i>10</i>
<i>Текущая ситуация в отрасли.....</i>	<i>10</i>
<i>Состав и характер доходов от деятельности.....</i>	<i>11</i>

АННОТАЦИЯ

Цели исследования

Создание пивного ресторана на 70 посадочных мест, ориентированного на удовлетворение потребностей людей со средним доходом и с доходом выше среднего и специализирующегося на продаже качественного импортного и отечественного пива.

Представленная информация

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание услуг
2. Анализ рынка услуг
3. Маркетинговый план открытия
4. План сбыта
5. Производственная часть
6. Организационная структура предприятия
7. Финансовый план
8. Нормативная база
9. Организационный план

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Суть проекта

Долгосрочные и краткосрочные цели проекта

Расчетные сроки проекта

Резюме комплекса маркетинга услуг

Стоимость проекта

Источники финансирования проекта

Выгоды и риски проекта

Ключевые экономические показатели эффективности проекта

2. ОПИСАНИЕ УСЛУГ

Функциональное назначение услуг

Виды продукции

Стоимость продукции, принятая концепция ценообразования

Требования к контролю качества

Возможности для дальнейшего развития услуг

Патентно-лицензионная защита продукции

3. АНАЛИЗ РЫНКА

Анализ положения дел в отрасли

Текущая ситуация в отрасли

Факторы, влияющие на отрасль

Тенденции развития отрасли

Общие данные о рынке

Объем рынка, потенциальная емкость рынка

Структура рынка

Ценообразование на рынке

Конечные потребители

Потенциальные потребители услуг

Сегментация потребителей по их потребностям

Потребительские предпочтения основных сегментов потребителей

Выбор и обоснование целевого сегмента

Конкурентный анализ

Описание и анализ потенциальных конкурентов

Выбор и обоснование уникального достоинства услуги

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

Уникальное достоинство продукта, позиционирование

Цены, ценовая политика. Обоснование цены на продукцию.

Порядок осуществления продаж, обоснование гарантий сбыта

Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы.

5. ПЛАН СБЫТА ПРОДУКЦИИ

Цены на конкретные позиции продукции

Организация сбыта, каналы сбыта

План продаж на весь расчетный период

6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

Описание производственного процесса

Требования к поставщикам

Состав основного оборудования

Оценка и обоснование необходимых ресурсов

Оценка постоянных и переменных затрат при производстве продукции и оказании услуг

План производства продукции на расчетный период

6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

Выбор и обоснование типа предприятия

Выбор и обоснование дополнительных сервисов

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

Организационная структура предприятия

Специализация, количество и состав сотрудников

Затраты на оплату труда

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Основные параметры финансовых расчетов

Состав и характер доходов от деятельности



Анализ чувствительности к изменениям параметров финансовой части бизнес-плана

Объем финансирования

Расходная часть

Основные формы финансовых расчетов

Ключевые показатели проекта

9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативная база

Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта

10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

План-график реализации проекта

Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта

ПРИЛОЖЕНИЯ

Список Приложений

Приложение 1. Должностные инструкции персонала пивного ресторана.

Управляющий

Главный бухгалтер

Администратор зала

Повар (Шеф-повар)

Бармен

Официант

Посудомойщица

Уборщица

Приложение 2. Выдержки из Санитарно-эпидемиологических правил СП 2.3.6.1079-01

Приложение 3. Документы, необходимые для регистрации контрольно-кассовой техники

Приложение 4. Выдержки из Федерального закона РФ «Об Обществах с ограниченной ответственностью», касающиеся учредительных документов общества

Приложение 5. Документы, необходимые для регистрации Общества с ограниченной ответственностью

Приложение 6. Выдержки из Главы 26-2 НК «Упрощенная система налогообложения»

СПИСОК ДИГРАММ И ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Цели посещения ресторана
- Таблица 2. Основные сегменты потребителей
- Таблица 3. Основные сегменты потребителей в зависимости от частоты посещения
- Таблица 4. Затраты на рекламу
- Таблица 5. Цены на конкретные позиции продукции пивного ресторана
- Таблица 6. План продаж
- Таблица 7. Состав и стоимость оборудования зала и офиса пивного ресторана
- Таблица 8. Состав и стоимость технологического оборудования
- Таблица 9. Распределение площади пивного ресторана между помещениями
- Таблица 10. Штатное расписание
- Таблица 11. Постоянные и переменные расходы (в месяц, из расчета на 120 посетителей в день)
- Таблица 12. Расходы на открытие
- Таблица 13. Отчет о прибылях и убытках, USD
- Таблица 14. План движения денежных средств (Cash Flow), USD
- Таблица 15. График окупаемости проекта по месяцам, USD
- Таблица 16. Календарный план осуществления проекта
- Таблица 17. Необходимые трудовые и финансовые ресурсы для реализации проекта
-
- Диаграмма 1. Структура расходов москвичей
- Диаграмма 2. Требования, предъявляемые к предприятиям общественного питания, в %
- Диаграмма 3. Наиболее часто посещаемые предприятия общественного питания
- Диаграмма 4. Состав доходов от деятельности пивного ресторана
-
- Рисунок 1. Технологическая схема организации производства
- Рисунок 2. Организационная структура пивного ресторана

СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание пивного ресторана на 70 посадочных мест, ориентированного на удовлетворение потребностей людей со средним доходом и с доходом выше среднего и специализирующегося на продаже качественного импортного и отечественного пива.

Время работы – 12 часов в сутки.

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Г. Москва

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Кабинетное исследование, количественное исследование потребителей

ОПИСАНИЕ СЕГМЕНТОВ РЫНКА

Выделяются следующие виды заведений общественного питания:

- Элитные рестораны (люкс) (средний счет от \$50);
- Демократичные рестораны (среднего ценового уровня) (средний счет \$10–50);
- Кафе, кофейни (средний счет \$5–15);
- Бары (в зависимости от позиционирования бара);
- Заведения быстрого обслуживания (фаст-фуд) (средний счет \$5–10);
- Столовые (оплата предприятием, \$5-15).

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ В ОТРАСЛИ

В настоящее время рынок «HoReCa» (Hotels – Restaurants - Cafes, или рынок общественного питания) развивается бурными темпами. В Москве, по разным данным, насчитывается до 10 тыс. заведений общественного питания, включая точки таких крупных сетей, как «Ростик'с», McDonald's и «колесный фаст-фуд».

Ежегодный рост московского рынка составляет около 20% (в то время как рост общероссийского рынка общепита составил всего около 12%). Примерно 50-70% всех московских точек общепита находятся в пределах Садового Кольца.

Одной из отличительных особенностей рынка в целом является разнообразие представленных форматов заведений. Наиболее сильная конкуренция разворачивается между игроками внутри одного сегмента, однако, в последнее время в связи с наметившейся тенденцией смешения различных форматов, межсегментная конкуренция обостряется (в особенности это касается сегментов демократичных ресторанов, фаст-фудов и кофеен).

Сегмент пивных ресторанов – представляет собой один из наиболее динамично развивающихся сегментов рынка. Развитие заведений подобного формата обуславливается ростом их популярности у населения: пивной ресторан, или паб, сочетает в себе большой ассортимент пива, недорогую кухню и в некоторых случаях возможность просмотра спортивных матчей. В сочетании с относительно невысокими ценами данный формат заведения общественного питания является на сегодняшний день одним из наиболее удачных, как с точки зрения отдыха, так и с точки зрения организации бизнеса в сфере HoReCa.

Рынок также отличает высокая потенциальная емкость. Два похожих кафе-бара, расположенные в 200 м друг от друга, могут спокойно сосуществовать и приносить прибыль. Такая «незаполненность» рынка создает хорошие условия для выхода

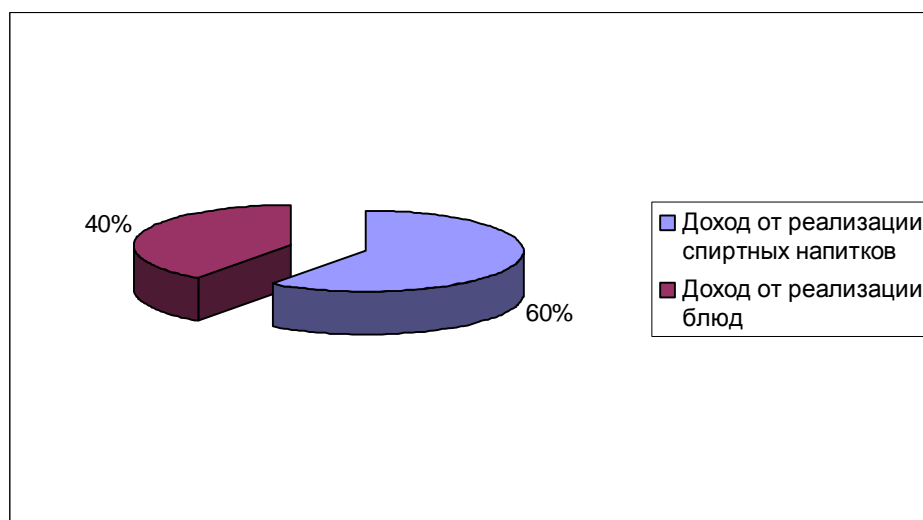
новых игроков. Сроки окупаемости дорогих заведений составляют 2-3 года, недорогих - около года.

СОСТАВ И ХАРАКТЕР ДОХОДОВ ОТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В среднем доход пивного ресторана будет поддерживаться на уровне 100 000 USD.

На Диаграмме показано соотношение доходов от реализации различных видов продукции.

ДИАГРАММА. СОСТАВ ДОХОДОВ ОТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПИВНОГО РЕСТОРАНА



На долю спиртных напитков будет приходиться 60% продаж (т.е. 60 000 USD), т.к. основной упор будет делаться на продажу пива. На долю блюд кухни будет приходиться 40% продаж (т.е. 40 000 USD).



Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**. Благодаря этому, мы предлагаем:

- Услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Актуализация и формирование баз данных.
- Исходящий и входящий телемаркетинг
- Интервьюирование потребителей
- Оценку эффективности рекламы
- Информационную поддержку рекламных и PR-акций
- Маркетинговое Агентство Step by Step предлагает своим Заказчикам услуги по разработке бизнес-планов, по проведению экспертизы уже существующих бизнес-планов у сертифицированных специалистов и лидеров рынка
- Наши специалисты помогут вам в кратчайшие сроки ввести на предприятии систему бизнес-планирования, подготовят необходимые документы и



обоснования, проведут специализированные тренинги, минимизируют издержки

Наши ключевые клиенты: ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan, Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.