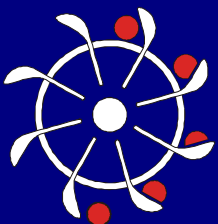


ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН

ОТКРЫТИЯ ПИЦЦЕРИИ

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>
Объем рынка, потенциальная емкость рынка	9
Потребительские предпочтения основных сегментов потребителей.....	10



АННОТАЦИЯ

Цели исследования

Создание пиццерии на 50 посадочных мест, ориентированной на удовлетворение потребностей людей со средним доходом и с доходом выше среднего.

Представленная информация

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание услуги
2. Анализ рынка
3. Маркетинговый план
4. План сбыта
5. Производственная часть
6. Организационно-управленческая структура пиццерии
7. Финансовый план
8. Нормативная информация
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 услуг

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 эффективности проекта

9. НОРМАТИВНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Нормативная база

Необходимые лицензии или разрешения для выполнения проекта

10. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

План-график реализации проекта

Необходимые трудовые ресурсы для реализации проекта

11. ПРИЛОЖЕНИЯ

Список Приложений

Приложение 1. Должностные инструкции персонала пиццерии

Управляющий

Главный бухгалтер

Администратор зала

Повар (Шеф-повар)

Бармен-кассир

Официант

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

СПИСОК ДИГРАММ И ТАБЛИЦ

Таблица 1. Сегментация потребителей

Таблица 1. Перечень блюд, предлагаемых в пиццерии (без детализации)

Таблица 2. Состав основного оборудования пиццерии

Таблица 3. Штатное расписание

Таблица 4. Постоянные и переменные расходы (в месяц)

Таблица 5. Расходы на открытие

Таблица 7. Отчет о прибылях и убытках

Таблица 8. План движения денежных средств

Таблица 9. График окупаемости проекта по месяцам, USD

Таблица 10. План-график реализации проекта

Диаграмма 1. Структура расходов москвичей

Диаграмма 2. Требования, предъявляемые к пиццериям

Диаграмма 3. Наиболее часто посещаемые предприятия общественного питания

Диаграмма 4. Состав доходов пиццерии от продажи различных групп продуктов

Схема 1. Технологическая схема организации производства

Схема 2. Организационная структура пиццерии

СОДЕРЖАНИЕ БИЗНЕС-ПЛАНА

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание пиццерии на 50 посадочных мест, ориентированной на удовлетворение потребностей людей со средним доходом и с доходом выше среднего.

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Г. Москва

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

Кабинетное исследование, количественное исследование.

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).

ОБЪЕМ РЫНКА, ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ ЕМКОСТЬ РЫНКА

Согласно прогнозам аналитиков компании, по итогам 2008 г. объем российского рынка общественного питания превысит 630 млрд. руб., а московского - 120 млрд. руб.

Ожидается замедление темпов роста московского рынка общественного питания (по итогам 2007 г. они составили около 15%). Это обусловлено тем, что

потребительские предпочтения посетителей элитных ресторанов смещаются в пользу более демократичных заведений. Развитие различных сегментов рынка в 2007 году в Москве происходило неравномерно. Наиболее динамично развивался сегмент фаст-фуда. Ежегодный рост сегмента фаст-фуд, по нашим оценкам, составляет 20-27%. Наименее быстрыми темпами развивался сегмент элитных ресторанов. В ближайшие годы наиболее активно рынок будет развиваться в регионах, поскольку наладить бизнес в Москве становится все сложнее из-за нарастающей конкуренции, высоких арендных ставок и недостатка квалифицированных кадров.

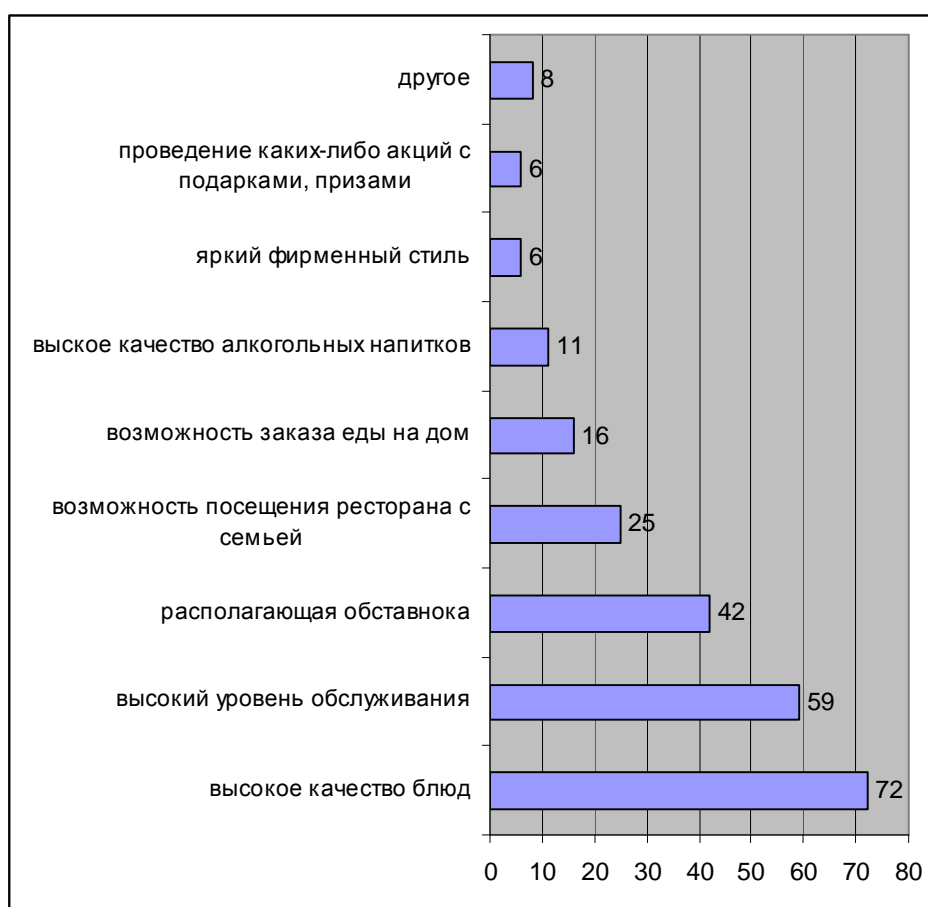
В настоящее время, по разным оценкам, доля сетевых предприятий в столице составляет 25-35% рынка и продолжает увеличиваться. Крупнейшими игроками рынка в 2007 году стали «Макдоналдс», «Ростик Групп», «Кофе Хауз». В ближайшие несколько лет сетевые операторы будут иметь особый вес при формировании рынка общественного питания.

В тоже время в России рынок еще не достиг стадии насыщения, поэтому темпы роста сохранятся на высоком уровне (30-40%). Причиной такого роста стала возросшая покупательная способность россиян: все больше людей предпочитает питаться не дома, а посещать какие-либо кафе или закусочные. Основной рост оборота приходится на сегмент "быстрого питания" - наиболее доступный по ценам - и различные демократичные форматы в среднем ценовом сегменте.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

На Диаграмме 2 показано, какие параметры пиццерий являются наиболее важными для их посетителей.

ДИАГРАММА 1. ТРЕБОВАНИЯ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫЕ К ПИЦЦЕРИЯМ, В %



Источник: данные исследований МА Step by Step

Согласно опросу, проведенному МА Step by Step, наибольшая доля респондентов считают, что в пиццерии должно быть высокое качество предлагаемых блюд (72%) и высокий уровень обслуживания (59%). Довольно большая доля респондентов (42%) отмечает, что в пиццерии должна быть располагающая обстановка, а четверть респондентов отмечают, что для них является важным возможность посещения ресторана с семьей.

Проведение акций с подарками, призами и яркий фирменный и стиль пиццерии не являются важными для большинства посетителей.



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.