

Бизнес-план ООО "БАГЕТ"

«Организация производства и реализации
замороженных хлебобулочных изделий»

г. Санкт-Петербург
28 июля 2006 г.

1. Концептуальная схема

Наименование деятельности, предоставляемых услуг : Производство замороженных хлебобулочных изделий premium класса

Целевой рынок : HoReCa, пекарни сетевых гипермаркетов, сетевая розничная продажа

Краткое содержание деятельности, предоставляемых услуг : Производство и реализация замороженных хлебобулочных изделий, предварительно выпеченных на 80% premium в ассортименте (хлебные булочки, багеты, рулеты, пирожки с начинками).

Конъюнктура рынка: компании HoReCa не имеют возможности самостоятельно производить хлебобулочные изделия, покупатели гипермаркетов хотят свежую выпечку, домохозяйки могут выпекать свежие булочки дома для семьи

Складывающийся у покупателей имидж предлагаемых товаров и услуг: Экономия времени и площадей, отсутствие убытков от продукции с утраченными потребительскими свойствами (черствый). Свежая и вкусная выпечка в ресторане повышает имидж кухни и лояльность посетителей.

“Плюсы” товара по отношению к покупателям : Широкий ассортимент. Минимальное время на изготовление. Соотношение цена-качество. Экономия производственных и людских резервов. Возможность четкого планирования необходимого объема. Безотходное производство. Аромат возбуждает аппетит посетителей. Время подготовки товара к реализации 10-30 минут. Потребитель получает эксклюзивный вкус и свежесть продукции.

Задачи маркетинга : 4P Product – по замыслу удобство, безотходное производство, простое использование, широкий ассортимент изделий. Price - ценообразование на основе ощущаемой ценности товара. Promotion – реклама, стимулирование сбыта, PR, торговые агенты, прямой маркетинг. Place- самостоятельные прямые продажи и через посредников.

STP – сегментация поведенческая: интенсивность потребления, статус клиента, степень приверженности, отношение к товару. Первичный целевой сегмент HoReCa 70%, вторичный – пекарни гипермаркетов 22%, третичный –сетевая розница 8%. Позиционирование – замороженные хлебобулочные полуфабрикаты premium в ассортименте.

Риски проекта : Социальные: нехватка квалифицированных кадров, травматизм. Технические: поломка оборудования, энергетика, надежность поставщиков, качество. Финансовые: нехватка денежных средств, своевременность возврата кредитов

2. Общие положения стратегии управления

(1) Идеи управления нашей компании и то, какой мы себе ее представляем, - это:

(Цели управления нашей компании, ее назначение, целевые показатели, курс деятельности и т.д.)

Миссия:обеспечение клиентов высококачественной, вкусной продукции широкого ассортимента, с предоставлением высокого уровня сервиса, а сотрудников компании– оптимальными доходами..

Видение компании: стать лидером на рынке отечественных замороженных хлебобулочных изделий в Северо-Западном регионе.

Достижение доли рынка к 2008 году – 40%.

Эффективная организационная структура предприятия, нацеленная на решение внешних и внутренних задач.

Обеспечение максимальной экономической эффективности работы предприятия.

100% своевременное выполнение заказов покупателей. Обеспечение оптимального уровня продаж.

(2) Общие положения стратегии управления (разъяснение бизнес-модели)

Выход на рынок Horeca:изучение потребностей клиентов с возможным удовлетворением индивидуальных заказов, максимальное присутствие на данном рынке, получение максимальной прибыли, предоставление дополнительных услуг (обучение персонала, возвраты продукции, скидки за ассортимент среднего заказа, предоплату).

Присутствие в пекарнях сетевых гипермаркетах: реализация топовых позиций, регулярность заказов, продвижение Торговой марки, увеличение известности на рынке.

Продажа в сетевых розничных магазинах:выход на новый сегмент, Private Label (выпуск продукции под торговой маркой сети), получение дополнительной прибыли, увеличение известности, вытеснение конкурентов.

(3) K F S

-Широкий ассортимент

--Новизна предложение

--Большой срок хранения

--Сопровождение обучением , организация тренингов для клиентов

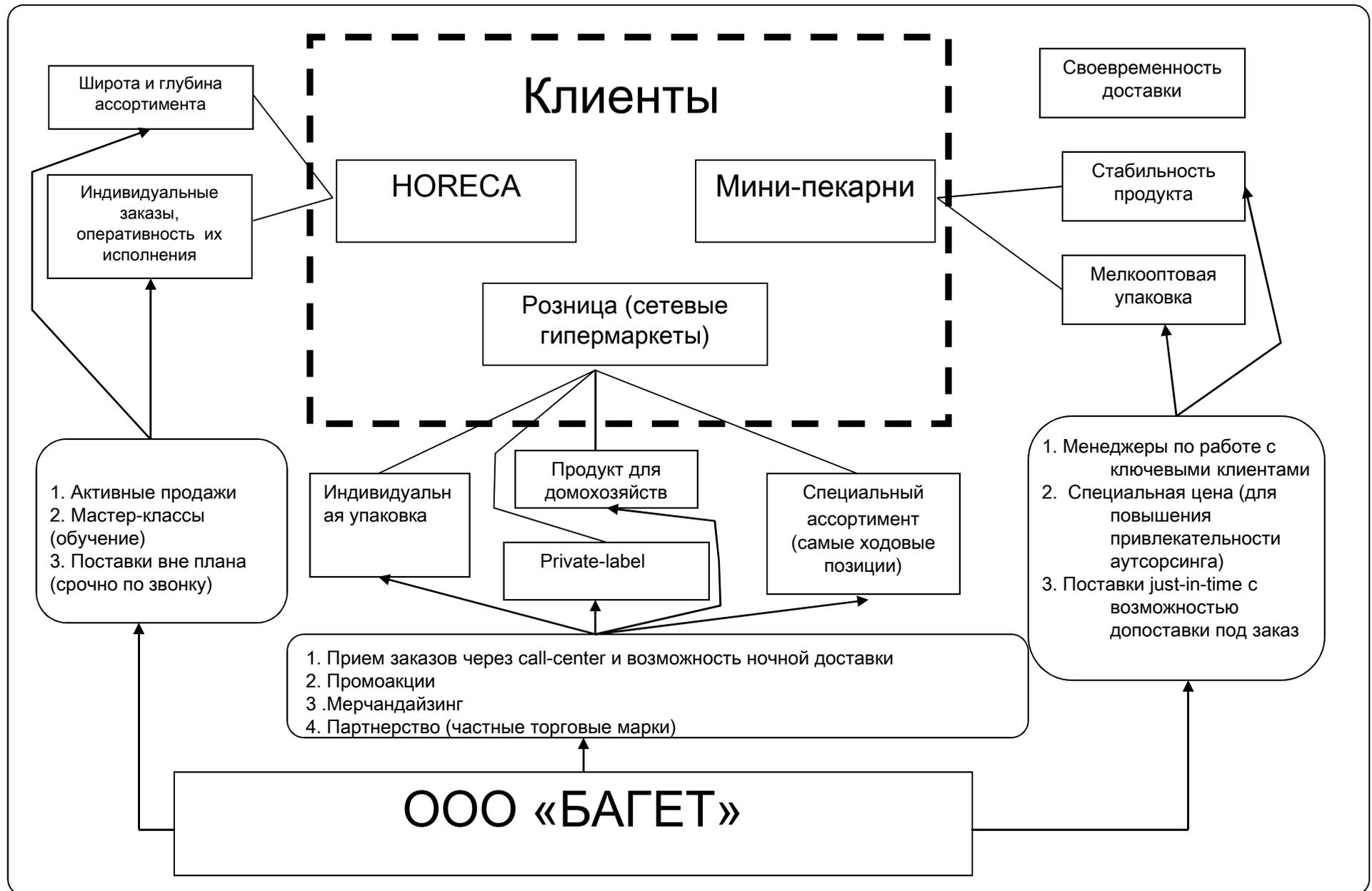
-- Конкурентный сервис

--Гибкая система скидок

--Индивидуальный подход

--Квалифицированный успешный персонал

3. Диаграмма бизнес-модели



4. SWOT-анализ предприятия

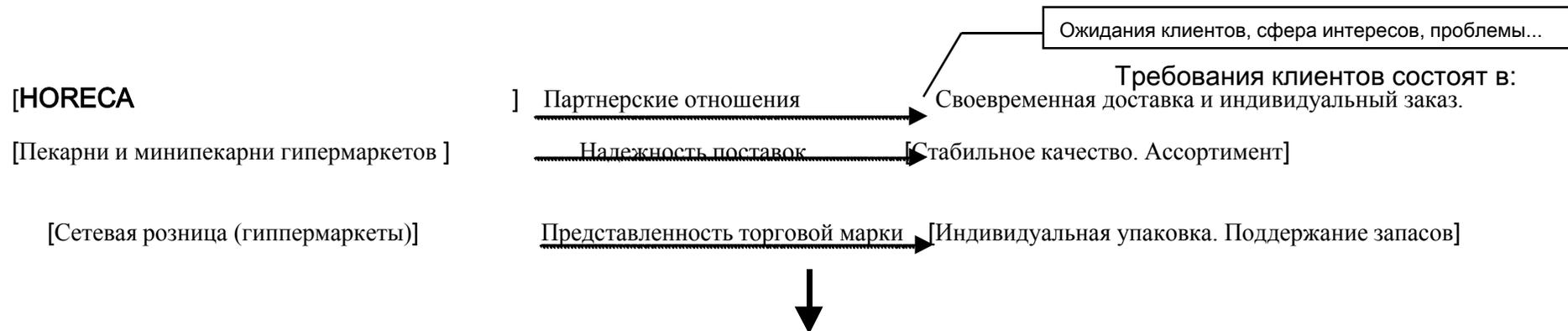
<ol style="list-style-type: none"> 1. Длительный срок хранения продукции. 2. Широкий ассортимент. 3. Сильная управленческая команда. 4. Отсутствие сильных конкурентов. 5. Рынок HoReCa – быстро растущий рынок. 6. Гибкие условия поставки и оплаты. 7. Наличие сбытовой стратегии. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сложная, доростоящая логистическая цепочка. 2. Ограниченные финансовые ресурсы. 3. Небольшой размер среднего заказа. 4. Высокая ценовая категория. 5. Отсутствие резервных мощностей. 6. Очень жесткие условия хранения. 7. Появление новых мощностей у конкурентов.
<p style="text-align: center;">Сильные стороны</p>	<p style="text-align: center;">Слабые стороны</p>
<p style="text-align: center;">Шансы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рост рынка и покупательной способности. 2. Возможность получать существенную премиальную наценку. 3. Возможность расширения ассортимента. 4. Появление новых сегментов рынка. 5. Возможность выхода на другие региональные рынки. 6. Увеличение доли прямых продаж. 7. Появление нового Стиля Жизни. 	<p style="text-align: center;">Опасности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Появление сильных конкурентов. 2. Жесткие требования к качеству продукции и регулярности поставок. 3. Большая зависимость от одного сегмента. 4. Ежегодный рост стоимости сырья. 5. Наличие собственного производства у потенциальных клиентов. 6. Быстрый рост конкуренции. 7. Появление западного капитала.

5. Проверка маркетинговой стратегии

Осуществляется проверка сегодняшнего положения дел в маркетинговой стратегии.

1) Чего желают клиенты? (предположения, допущения)

Сегменты, характеризующие клиентов (разделение по полу, возрасту, деятельности и т.д.)



2) Целевые рыночные показатели в перспективе

(желаемый облик, размер выручки с продажи, доля на рынке и т.д.)

- Сконцентрироваться на крупных заказах, переведя часть покупателей HORECA и пекарен гипермаркетов на поставки через Дистрибуторов, ограничив уровень минимального заказа.
 - Достижение доли рынка в СПб за первый год деятельности не менее 15% а через 5 лет не менее 40%
 - Размер выручки от продаж через 5 лет должен превысить 7 млн. долларов
 - Минимальный уровень рентабельности продаж 25%
 - В перспективе распространение бизнеса через франчайзинг в соседние регионы.
- ↓

3) Какую маркетинговую деятельность Вы будете осуществлять?

- Продукция (подбор товаров, качество, упаковка, марка, размер и т.д.)
- Цены (желаемая продажная цена, открытая цена, скидки и т.д.)
- Каналы (торговые маршруты, систематизация торговых точек, сроки продажи, выставки и т.д.)
- Деятельность по продвижению товара (реклама, стимулирование сбыта, дизайн торговых залов, торговля с помощью промоутеров)
- О прочей маркетинговой деятельности

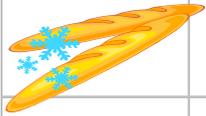
• Принцип маркетинговой деятельности – фокусированный маркетинг с использованием одной торговой марки с акцентом на уникальности продукта. Дифференцированный маркетинг для каждого сегмента.

• ПРОДУКЦИЯ – хлебобулочные изделия, выпечка с несладкими начинками, выпечка со сладкими начинками с ассортиментом от 20 наименований в каждой группе. Упаковка 4-125 шт, вес 35-380г

• ЦЕНЫ Цель цены – прибыльность. Ценообразование на основе ощущаемой ценности. Желаемая цена 60% рентабельности.

• КАНАЛЫ Продажи самостоятельно и через дистрибьютера. Задача – сделать товар доступным. Выставки.

• ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ Реклама (печатная, устная, ролики, стикеры в местах продаж) Стимулирование сбыта (премии, подарки, скидки, лотереи). PR (пресс- релизы, семинары, спонсорство). Личные продажи sales managers (целевые встречи, премиальные программы (%), дегустации в торговых залах)



ООО "БАГЕТ"

г. Санкт-Петербург, ул. Горького, 20а Тел/факс: (812) 777-55-55, www.baget.ru

Прайс-лист

Код товара	Наименование	Вес, г	Шт./упа к. в коробке	На палетте		Срок реализации	НДС	Цена с НДС, руб.	Цена ун. ак.
				Коро-бок в ряду	Рядов в высоту				
Замороженные пирожки (отстойка около 2 час. при 35°С)									
21601	Французский круассан	60	70	10	12	12 мес.	18%	8,02	561,40
21605	Французский круассан с периком	75	70	10	12	12 мес.	18%	12,74	891,80
21606	Пирожок с шоколадом	70	80	10	12	12 мес.	18%	15,14	1211,20
21609	Пирожок с кремом	105	50	10	12	12 мес.	18%	15,14	757,00
21630	Пирожок с творогом	50	100	10	12	12 мес.	18%	10,71	1071,00
Замороженные пирожки (готовые к выпечке)									
22601	Пирожок с яблоками	100	50	10	12	12 мес.	18%	14,32	716,00
22602	Пирожок с малиной	100	50	10	12	12 мес.	18%	14,98	749,00
22631	Пирожок "Яблоки в бруснике"	85	50	10	12	12 мес.	18%	14,32	716,00
22632	Пирожок "Пикантная полоска"*	65	75	10	12	12 мес.	18%	9,71	728,25
22637	Пирожок с беконом*	95	50	10	12	9 мес.	18%	24,10	1205,00
22647	Пирожок с "Улитка" (с изюмом)*	80	40	10	12	12 мес.	18%	14,55	582,00
22653	Булочка с салом (по весу)	1000	4	8	12	9 мес.	18%	178,93	715,72
Замороженные полуиспеченные хлебные и булочные изделия									
13408	Французская булочка	70	90	4	8	12 мес.	10%	6,60	594,00
13424	Французская булочка с сезамом	70	90	4	8	12 мес.	10%	6,77	609,30
13425	Французская булочка с маком	70	90	4	8	12 мес.	10%	6,77	609,30
134105	Французская булочка с чесночной начинкой	55	150	4	8	12 мес.	10%	6,77	1015,50
13404	Французский батон	340	24	4	8	12 мес.	10%	25,38	609,12
13420	Французский хлеб	290	24	4	8	12 мес.	10%	31,63	759,12
13829	Датский хлебушек	80	60	8	6	12 мес.	10%	8,97	538,20
13833	Литовский батон	380	10	8	6	12 мес.	10%	31,73	317,30
13834	Литовский батон с сезамом	380	10	8	6	12 мес.	10%	34,28	342,80
13835	Литовский батон с маком	380	10	8	6	12 мес.	10%	34,28	342,80
13438	Итальянский хлеб "Ciabatta"	350	20	4	8	12 мес.	10%	34,23	684,60
13439	Темный итальянский хлеб "Ciabatta"	350	20	4	8	12 мес.	10%	34,23	684,60
13844	Маленький итал. хлебушек	90	45	8	6	12 мес.	10%	9,13	410,85
13843	Маленький тем. итал. хлебушек	90	50	8	6	12 мес.	10%	8,89	444,50
13837	Ржанной хлеб	500	10	8	6	12 мес.	10%	46,17	461,70
13446	Венгерский хлеб	450	18	4	8	12 мес.	10%	38,12	686,16
13445	Итальянский хлеб "Bicato"	450	12	4	8	12 мес.	10%	43,72	524,64
13847	Темный итал. хлеб "Ciabatta" с папр	450	10	8	6	12 мес.	10%	61,46	614,60
13849	Темный итал. хлеб "Ciabatta" с олив	450	10	8	6	12 мес.	10%	61,46	614,60
13852	Маленький французский батон	220	20	8	6	12 мес.	10%	16,29	325,80
Замороженные испеченные изделия									
14873	Итальянский хлеб "Bicato" (для буте	100	40	8	6	12 мес.	10%	11,19	447,60
24741	Пончик с ассорти	60	30	8	12	12 мес.	10%	11,44	343,20
24703	Пончик с малиной	60	30	8	12	12 мес.	10%	11,44	343,20
24776	Пончик с вишней	70	30	8	12	12 мес.	10%	14,22	426,60
24709	Пончик "Donut" с черным шоколад	75	27	8	12	12 мес.	10%	18,03	486,81
24710	Пончик "Donut" с белым шоколадо	75	27	8	12	12 мес.	10%	18,03	486,81
24715	Пончик "Подушечка"	90	24	8	12	12 мес.	10%	19,39	465,36
24712	Треугольный пончик с кремом и абр	90	24	8	12	12 мес.	10%	20,48	491,52
24722	Пончик с кусочками яблоков	85	24	8	12	12 мес.	10%	22,06	529,44
24701	Пирожок "Муфин"*	70	40	8	12	12 мес.	10%	19,47	778,80
24769	Пирожок "Муфин с корицей"	70	40	8	12	12 мес.	10%	19,47	778,80
Замороженные изделия для гостиниц и ресторанов*									
13801	Мини французская булочка	45	90	8	6	12 мес.	10%	4,64	417,60

6. Карта позиционирования

Название группы

7.

Срок хранения

Традиционный,
классический
ассортимент

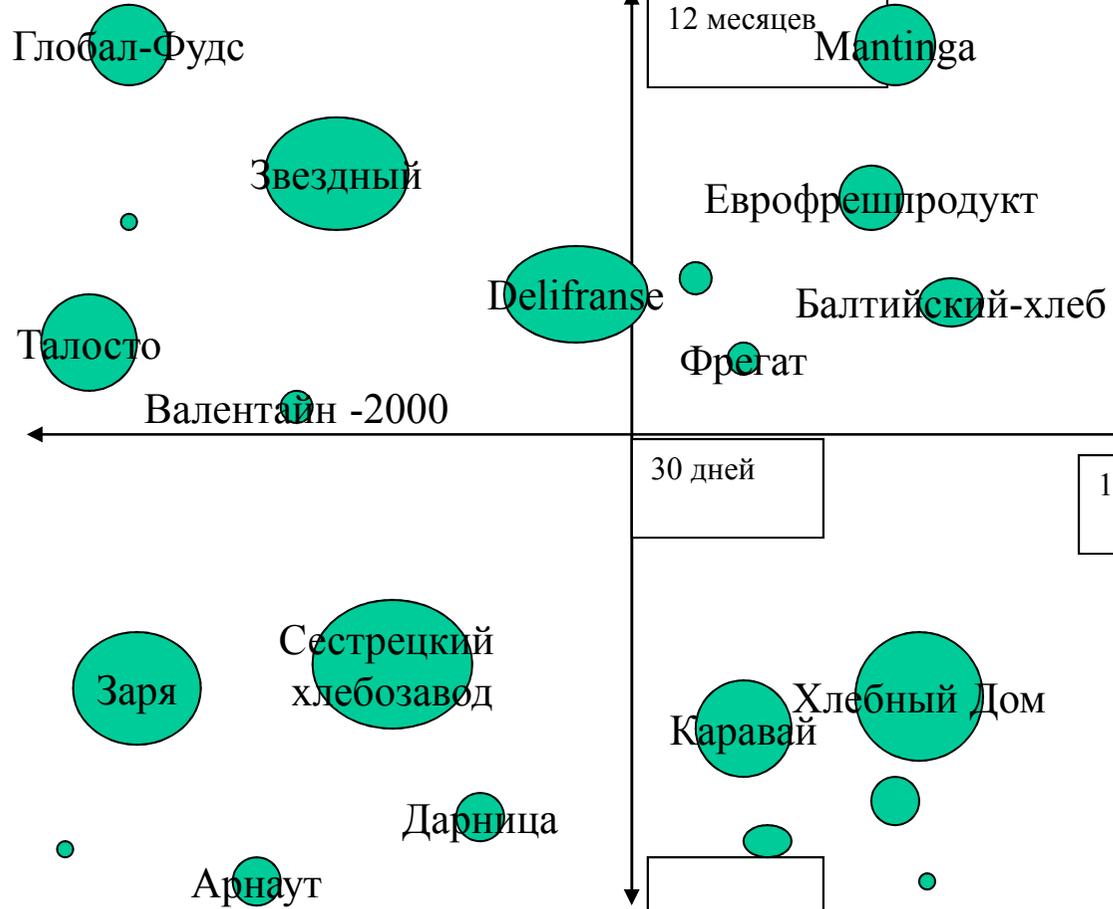
Эксклюзивный
ассортимент
«Премиум»
класса

12 месяцев

30 дней

1 день

15 видов



7. Предполагаемая динамика

Ед.счета: тыс.долларов

Период . 1 год	Размер выручки с продажи	Себестоимость реализации	Валовая прибыль от выручки с продажи	Общие администрати- вные расходы и торговые издержки	Прибыль от основной хозяйственной деятельности	Чистая прибыль
Первый период	3129	1411	1718	400	1318	889
Второй период	4666	1926	2740	415	2325	1594
Третий период	6031	2432	3599	410	3189	2204
Четвертый период	6744	2690	4054	495	3559	2469
Пятый период	7397	2690	4707	476	4231	2951

Первоначальные инвестиции 300+100 тыс. долларов

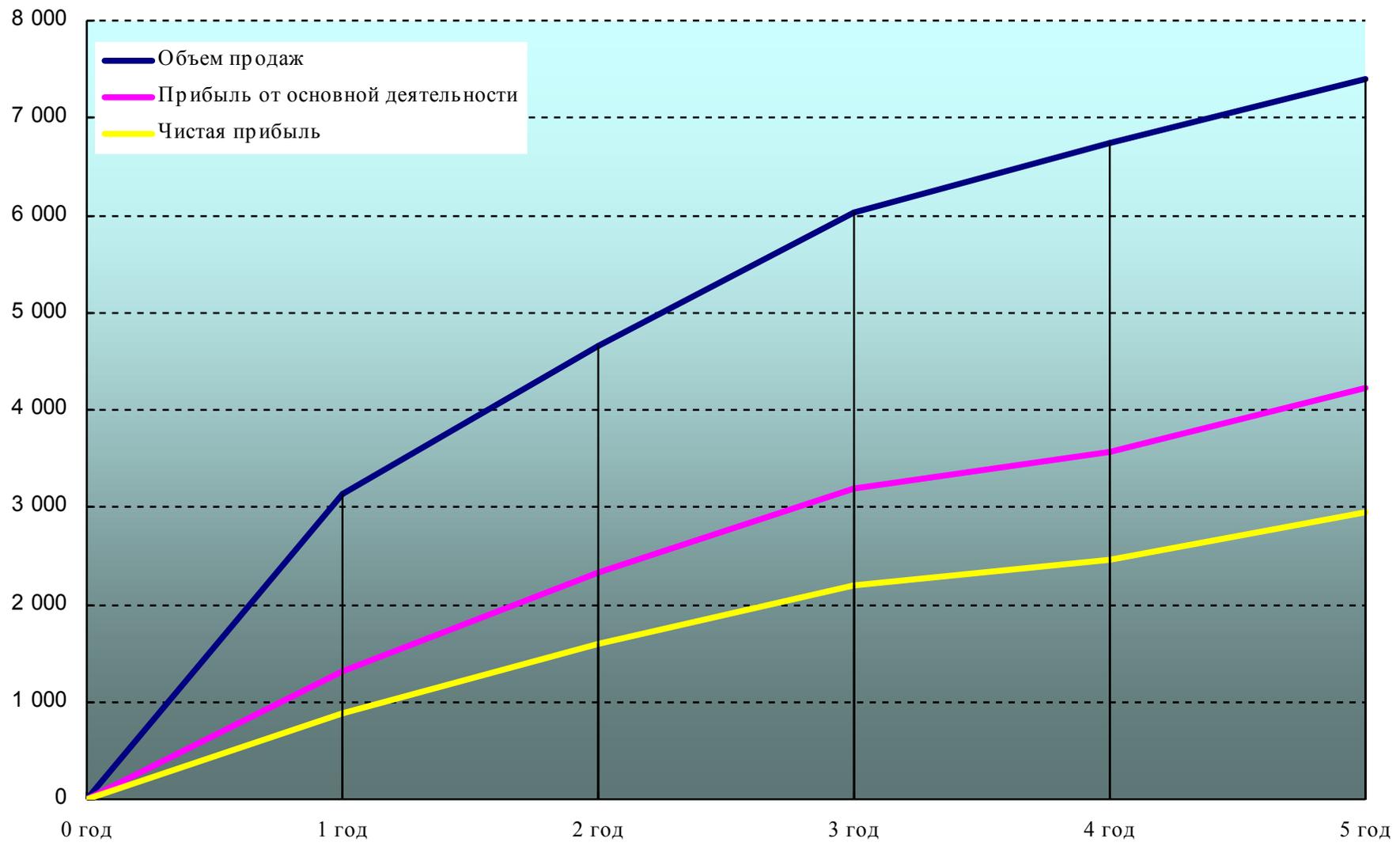
Название проекта: "Организация производства и реализации замороженных хлебобулочных изделий " 28.07.06 г.

Содержание деятельности: Производство и реализация замороженных хлебобулочных изделий, предварительно выпеченных

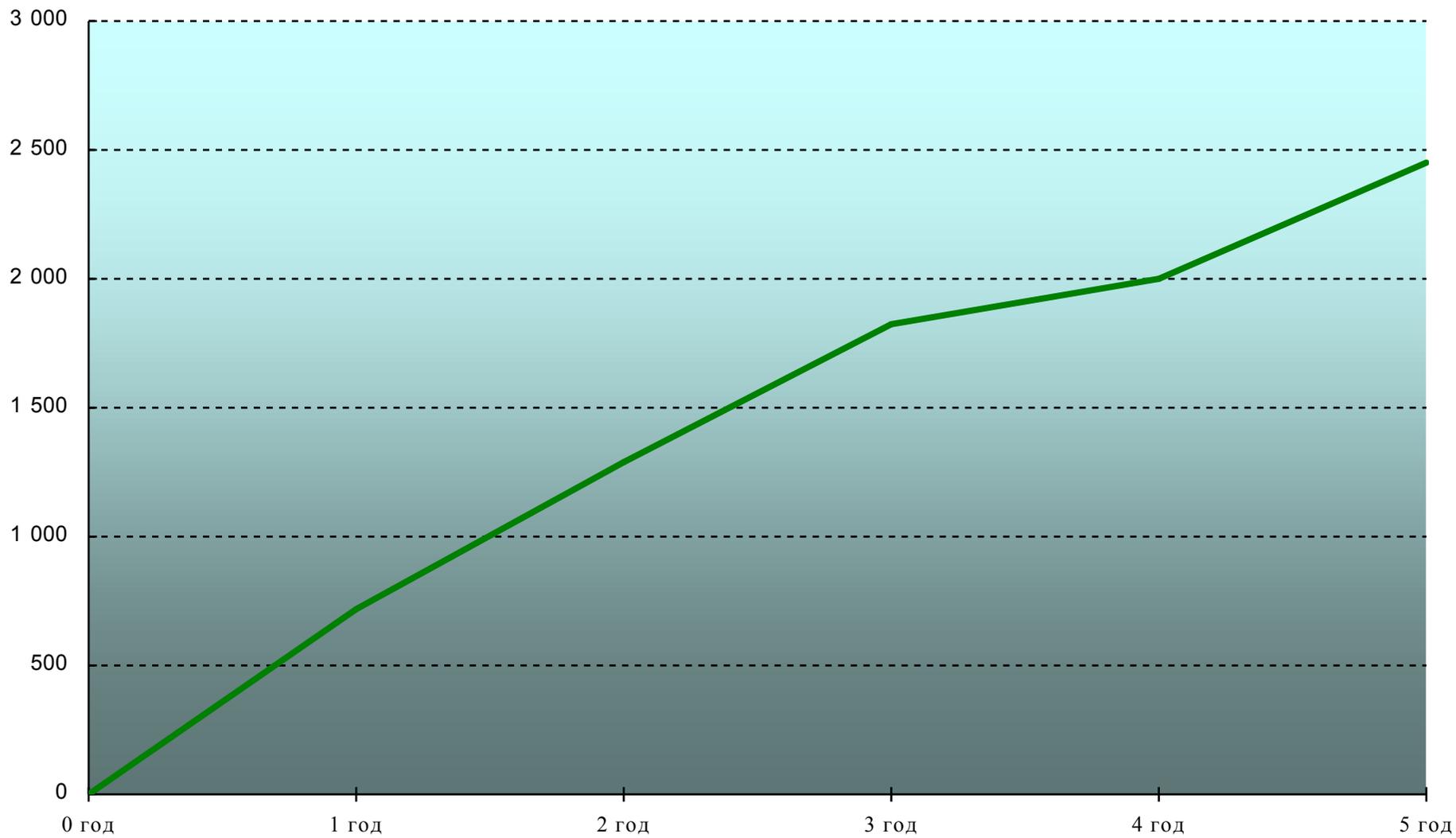
Первоначальные инвестиции: \$400

Основные показатели проекта	0 год	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Выручка от реализации		3 129	4 666	6 031	6 744	7 397
Сектор А						
Сектор В						
Сектор С						
Сектор D						
Себестоимость реализации		1 411	1 926	2 432	2 690	2 690
Валовая прибыль		1 718	2 740	3 599	4 054	4 707
Коммерческие и обще- административные расходы		400	415	410	495	476
Сальдо внереализационной д-ти и чрезвычайных доходов и расходов		-48	-48	-40	-32	-16
Налог на прибыль		381	683	945	1 058	1 265
Прочие налоговые выплаты		31	47	60	67	74
Чистая прибыль		889	1 594	2 204	2 469	2 951
Свободный поток наличности	-400	752	1 373	1 903	2 124	2 558
Поток наличности от финансовой д-ти	400	-34	-84	-78	-122	-111
Совокупный поток наличности	0	718	1 289	1 825	2 001	2 447

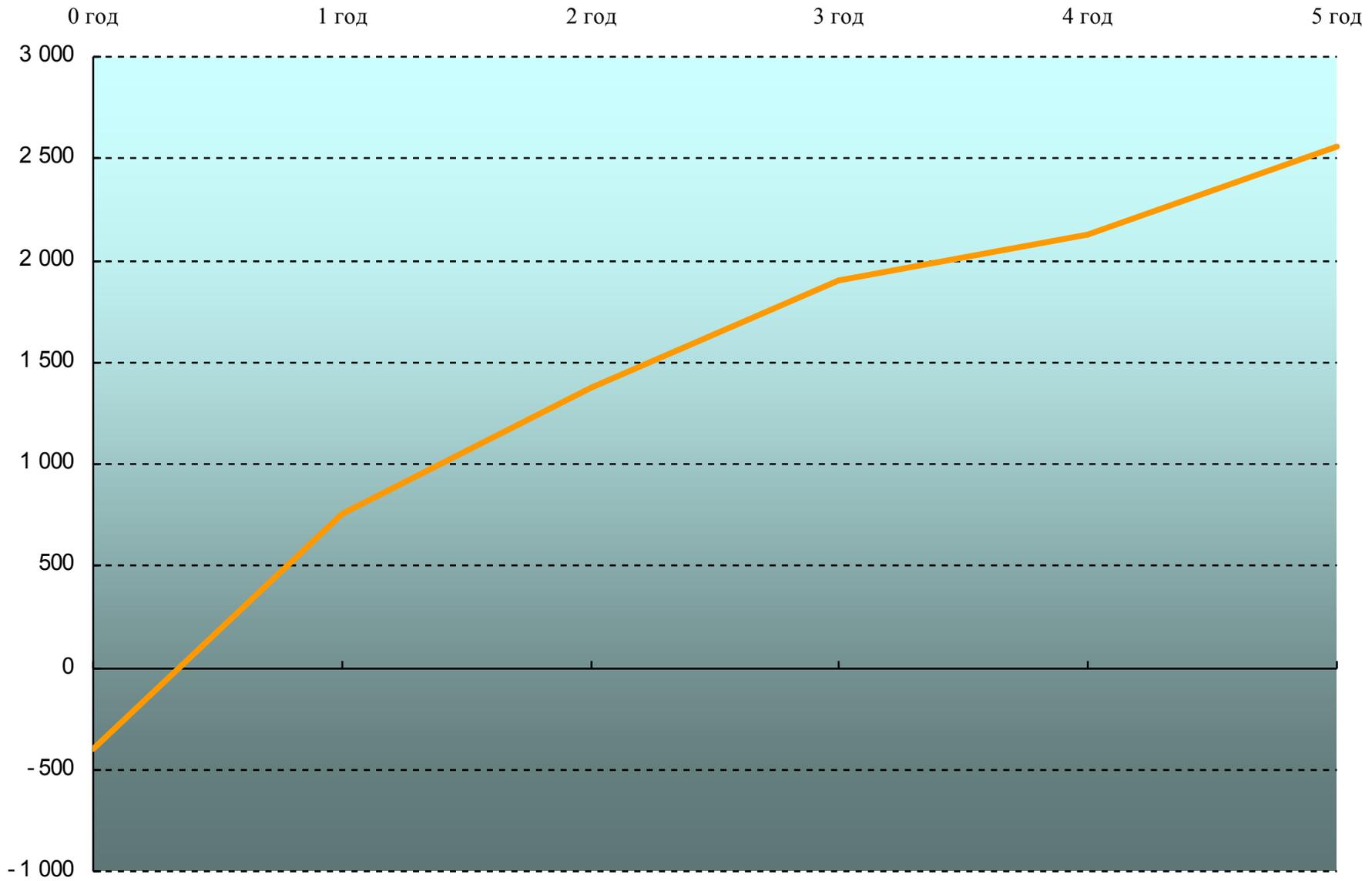
Объем продаж, прибыль от основной деятельности и чистая прибыль



Поток наличности проекта



Свободный поток наличности



Поток наличности в результате финансовой деятельности

