Федеральное агентство по образованию

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПРИКЛАДНОЙ БИОТЕХНОЛОГИИ

Бизнес-план

"Организация бильярдного клуба"

Выполнил:

студент факультета «МиР»

3 курса 1 группы

Храпов Артем

Москва 2009г.

Содержание

1. Резюме

2. Анализ рыночной ситуации

3. Маркетинг-план

4. План производства

5. Организационный план

6. Финансовый план

1. Резюме

Москва является крупнейшим городом Европы, в котором на данном этапе развития экономики страны находятся наибольшие финансовые и экономические возможности для получения прибыли начинающими и уже успешно работающими бизнесменами, компаниями и фирмами.

Постоянно растет число людей, становящихся материально обеспеченными и способными потратить некоторое количество денег на проведение своего досуга вне дома.

Все большее число успешно работающих людей стали уделять свое внимание спорту, поддержанию хорошей физической формы, посещая при этом теннисные корты, бассейны, тренажерные залы. Можно сказать, что ведение здорового образа жизни становится привычным.

На фоне постоянно растущего числа людей, способных оплачивать свои развлечения, и загруженности уже существующих мест отдыха необычайно привлекательно выглядит создание места, в котором бы сочетались, как спортивные, так и развлекательные услуги, способные удовлетворить клиентов.

Таким образом, целями представленного бизнес-плана являются:

* разработка и описание путей создания организации, предоставляющей спортивно-развлекательные услуги, определение её организационно-правовой формы,
* определение предполагаемого места положения создаваемой организации на рынке (рыночной ниши),
* описание услуг, которые организация будет предоставлять потребителям,
* анализ целесообразности создания подобной организации с точки зрения рентабельности и прибыльности,
* выбор оптимальных путей решения поставленных в бизнес-плане задач,
* разработка конкретных мероприятий, связанных с реализацией бизнес-плана.

Настоящий бизнес-план предусматривает создание фирмы, способной эффективно работать на открытом для всех, в том числе и для конкурентов, поле деятельности. Создание подобной фирмы предполагает грамотный выбор такой рыночной ниши, где фирма могла бы строить свою долгосрочную стратегию. Установив перспективную схему налаживания деловых связей, ведя оптимальную ценовую политику, заботясь о поощрении и поддержке своих постоянных клиентов, расширяя спектр своей деятельности и, тем самым, снижая риски в своей деятельности.

Такой фирмой может стать бильярдный клуб предлагающий своим клиентам различные спортивные игры и приятную музыку.

Совокупная стоимость предлагаемого настоящим Бизнес-планом проекта составляет 6200$.

Срок окупаемости проекта 7.2 мес.

В клубе будут следующие виды услуг:

1. Бильярд (русский и американский)
2. Дартс.
3. Бар.

Для занятий всеми этими спортивными играми клиенту совершенно не нужна специальная спортивная одежда, а объем получаемых удовольствий сравним с настоящими занятиями спорта.

Клиенты смогут воспользоваться услугами бара в котором будут подаваться большое количество безалкогольных напитков и коктейлей, и из спиртных напитков будут представлены разнообразные сорта вина и пива. Более крепкое спиртное в баре будет продаваться по высоким ценам, что позволит создать спрос среди клиентов на легкие напитки.

Необходимым атрибутом клуба будет приятная музыка. Клиент, приходя в этот клуб, получает целый комплекс услуг, которые в данный момент предлагаются частично немногими местами отдыха.

Клуб будет на высоком уровне и сможет предлагать услуги отличного качества, т.е. поставлять на рынок конкурентоспособную услугу.

Т.к. спрос на спортивные развлечения является постоянным и мало зависит от сезонности, то вопрос занятия клубом части сегмента рынка развлечений в Москве является лишь вопросом создания преимуществ перед другими конкурентами уже находящимися на этом рынке. (табл.1)

Таблица 1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Преимущества по сравнению с конкурентами | Недостатки | Меры но преодолению недостатков |
| 1. Комплексное предложение услуг2. Удобство парковки автомобиля,близость к автотранспортным магистралям3. Оригинальность интерьера4. Четкое определение сегментарынка на который ориентированыуслуги | 1. Отсутствиенекоторых видов развлечений (боулинг) | 1. Дальнейшее развитие и расширение деятельности. |

Создание такого рода клуба предполагает учреждение общества с ограниченной ответственностью "Золотой шар", с минимальным уставным капиталом, составляющим 6200$. Учредителями указанной фирмы выступают:

- 000 "Фокус-Центр",

- гражданин Храпов А. И.

Доли учредителей в уставном капитале распределяются следующим образом:

- 000 "Фокус-Центр" -2200$ т.е.35%

- гражданин Храпов А. И. - 4000$ т.е.65%.

2. Анализ рыночной ситуации

В качестве потенциальных потребителей предоставляемых клубом услуг можно рассматривать все население г. Москвы в возрасте от 18 до 45 лет, которые имеют доход свыше 300 $ в месяц. Поскольку предлагаемый комплекс услуг является новым видом услуг на существующем рынке, можно считать, что он будет интересен практически всем группам населения.

Говоря о конкуренции, необходимо отметить, что целесообразно отнести к числу конкурентов клуба фирмы, предоставляющие услуги, аналогичные услугам клуба. Детальный анализ конкурентов в нашем случае проводится по следующим позициям месторасположение, время работы, качество и стиль интерьера, качество музыки, наличие, стоимость спортивных игр, цены в баре, наличие рекламы. (табл.2)

Таблица 2.

Оценка конкурентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Факторы конкурентоспособности |  | Основные конкуренты |
| “Золотой шар” | “Восьмое чудо” | “Армадило” |
| 1 | Месторасположение | м/р Марьино м. Марьино | 4,5 | м. Китай -город | 4,5 | м. Павелецкая | 4 |
| 2 | Время работы | 12.00-24.00 | 4,5 | 17.00-6.00 | 4,5 | 12.00-6.00 | 5 |
| 3 | Кач-во стиль интерьера |  | 5 |  | 4 |  | 3 |
| 4 | Бильярд -цена | 10$ час |  | 5 $ партия |  | 4 $ партия |  |
| 5. | Дартс -цена | 4$ |  | 4,5$ |  | 3,5$ |  |
| 6. | Бар -цена, пиво | 3-5$ |  | 3-6$ |  | 3-5$ |  |
| 7. | Наличие рекламы | вывеска, печать |  | ТВ, печать |  | Печать |  |
| 8. | Охрана |  | 4 |  | 4 |  | 4 |
| 9. | ИТОГО: |  | 18 |  | 17 |  | 16 |

3. Маркетинг-план

Целями и задачами Общества являются:

- создание новой «ниши» на существующем сегменте рынка развлечений в г. Москве.

- окупаемость капитальных вложений за 1 год,

- получение дохода на вложенные средства не менее 80% в год.

- создание новых рабочих мест.

Целью маркетинга является создание условий для работы фирмы, при которых она может успешно выполнить свои задачи.

В комплекс мероприятий по маркетингу обычно входят следующие мероприятия:

- изучение потребителя услуги фирмы,

- анализ рыночных возможностей фирмы,

оценка предлагаемой услуги и перспектив развития, анализ формы сбыта услуги,

- оценка, используемых фирмой методов ценообразования, исследование мероприятий по продвижению услуги на рынке, изучение конкурентов,

Выбор «ниши» (наиболее благоприятный сегмент рынка). На многие из поставленных вопросов уже были даны ответы ранее. Рыночные возможности фирмы определяются максимальным количеством клиентов, потребности которых фирма может удовлетворить за определенный период времени. Рыночная возможность напрямую зависит от площади помещения, в котором будет располагаться клуб, так как необходимо ограничить посещаемость клуба максимальным количеством людей, при котором будет сохраняться комфортная обстановка. Точное число будет определено в архитектурном плане. При расчетах берется средняя цифра 5 человек в час.

При анализе ценообразования необходимо учитывать:

- себестоимость услуг,

- цены конкурентов на аналогичные услуги или услуги заменители,

- уникальность данной услуги,

- цену, определяемую спросом на данную услугу.

При создании имиджа престижного (модного клуба) необходимо поддерживать цены на относительно высоком уровне, не должны быть выше, чем у конкурентов. Ценовая политика фирмы должна строиться на принципе высокое качество — высокая цена. Для максимального использования возможностей фирмы необходимо рассмотреть возможность введения скидок, льготного времени и т.д. Ценовая политика фирмы, таким образом, должна учитывать следующие моменты:

1. Средние валовые издержки для производства (услуги) в час. (Постоянные затраты + переменные затраты) 1 кол-во раб, часов

2. Цены.

* бильярд — 9$ в час;
* дартс - от 4$.

Ценовая политика должна строиться на принципах максимизации загрузки производственных мощностей.

Для успешного продвижения этих услуг на рынке необходимо применять методы стимулирования продаж, которые создают дополнительные преимущества для нашей фирмы перед конкурентами. В качестве одного из них можно рассмотреть:

* скидки для постоянных клиентов (или дополнительные услуги, предлагаемые бесплатно);
* проведение специализированных вечеринок.

Важным фактором стимулирования продаж услуг является стимулирование работы персонала фирмы.

Говоря об имидже клуба, необходимо отметить, что реклама очень тесно связана с процессом установления имиджа клуба. При создании рекламы и имиджа необходимо акцентировать внимание на спортивно-развлекательных возможностях клуба. На здании должен быть установлен интересный световой щит, сообщающий о клубе, который было бы хорошо видно с прилегающих автодорог. Задача рекламной компании — обеспечить посещаемость с первых дней работы клуба.

В качестве места для организации клуба можно рассматривать первый этаж здания в одном из развивающихся районов г. Москвы м-р Марьино. Помещение взято в аренду у ЖКО микрорайона Марьино до 2012 года. Арендная плата составляет 500$ в месяц.

Месторасположения клуба очень удачно со следующих позиций:

* удобный подъезд к клубу;
* близость к крупным автотранспортным магистралям;
* большое количество офисов, компаний, жилых домов, находящихся поблизости;
* близость к источникам продуктов питания для бара. Для оказания услуг нам потребуется произвести ремонт, приобрести оборудование.

Основные средства, необходимые для организации работы:

1. Здания и сооружения:

в предлагаемом помещении необходимо сделать ремонт в соответствии с архитектурным планом. Стоимость ремонта до 500 $.

2. Оборудование:

3 комплекта оборудования для бильярда арендуется у фирмы "Баярд" сроком на 3 года с последующим выкупом и с зачетом выплаченной суммы. Стоимость одного комплекта 1000$. стоимость аренды 400$ в год за один комплект;

осветительное оборудование; стоимость - 300$ за 3 шт.:

оборудование для дартса: стоимость - 200$ за 2 шт.;

оборудование для бара: стоимость комплекта - 1000$:

аудио, видео техника: стоимость - 500$;

оборудование для охраны: стоимость 200$.

4. План производства

Бильярд-клуб начинает работу с июля 2010 г. Планируется обслуживать 600 клиентов ежемесячно. С сентября 2010 г. количество обслуживаемых клиентов должно увеличиться на 50 %, с ноября - на 70% по сравнению с июлем 2010 г.

Производственная программа в таблице 3.

Таблица 3.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Июль-август 2010г. | Сентябрь-октябрь 2010г | Ноябрь-декабрь 2010г. |
| коэф.роста | кол-воклиентов | коэф.роста | кол-воклиентов | коэф.роста | кол-воклиентов |
| Бильярд, дартс, бар | 1,0 | 600 | 1,5 | 900 | 1,7 | 1020 |
| ИТОГО: |  | 600 |  | 900 |  | 1020 |

Примечание: кол-во клиентов дается за месяц.

5. Организационный план

Организационная структура управления фирмой представлена на схеме 1.

Общее собрание участников

Гл. менеджер

Ген. директор

Бухгалтер

Обслуживающий персонал

Охрана

Генеральный директор осуществляет руководство работой клуба, решает все финансовые вопросы, связанные с постоянной работой клуба, а финансовые и организационные вопросы, касающиеся использования части прибыли и направлений развития клуба решаются совместно с учредителями фирмы.

Бухгалтер-кассир ведет бух. учет фирмы, снимает кассу, совместно с главным менеджером подготавливает финансовые отчеты, осуществляет выплату зарплаты.

Гл. менеджер выполняет функции директора во время его отсутствия. Осуществляет организацию работы всех сотрудников фирмы. Осуществляет закупки по указанным ценам в ранее обусловленных местах поставок.

Сотрудник в зале занимается выдачей необходимого инвентаря для занятий играми, осуществляют контроль за временем использования игрового оборудования.

Бармены осуществляют приготовление безалкогольных коктейлей и продажу всех напитков и продуктов, находящихся в ассортименте бара. Принимают в кассу деньги от сотрудников в залах. Подает заявки гл. менеджеру на приобретение определенного количества товаров из ассортимента бара, которые заканчиваются.

Уборщица осуществляют уборку всех залов клуба, вынос грязной посуды и смену пепельниц в игровых залах. Осуществляют постоянную уборку туалетных помещений, подают заявки на необходимые принадлежности для помещений гл. менеджеру.

Гардеробщик осуществляет прием и выдачу верхней одежды клиентов.

Охрана осуществляет пропуск клиентов в клуб. Решают вопросы, возникающие в случае некорректного поведения клиентов и недопускание их в клуб впредь.

Режим работы клуба с 12.00 до 24.00 т.е. составляет 12 часов в сутки.

Все сотрудники, работающие непосредственно с клиентами, должны иметь опрятный вид. Руководящий персонал и бухгалтер приходят на работу ежедневно. Высокие требования по квалификации предъявляются к гл. менеджеру, бухгалтеру, охране. При приеме на работу сотрудник проходит испытательный срок

6. Финансовый план

Настоящий раздел рассматривает вопросы финансового обеспечения деятельности фирмы и наиболее эффективного использования имеющихся денежных средств на основе оценки текущей финансовой информации и прогнозов реализации услуги в последующие периоды и дает ответы на следующие вопросы:

Сколько нужно средств для реализации предлагаемого проекта? Где можно получить необходимые средства, и в какой форме? Когда можно ждать возврата вложенных средств и получение дохода?

Для успешной работы на фирме целесообразно представлять результаты финансово-хозяйственной деятельности в виде системы планово отчетных документов.

Плановые отчеты готовятся совместно бухгалтером и гл. менеджером. Завершающей формой отчета будет являться балансовый отчет, подготавливаемый бухгалтером, форма которого утверждена законодательством. Определим численность персонала и заработную плату. Всем сотрудникам выплачивается установленная заработная плат. в зависимости от занимаемой должности и процента от прибыли (10%).

Начисления на з/п складываются из отчислений в пенсионный фонд (28%), фонд соц. страхования (5,4%), фонд мед. страхования (3,6%). фонд занятости (1,5%) и составляют 38,5% затрат на з/п.

Таблица 4. Ориентировочная численность персонала

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Должность | Кол-во, чел. | Ср. з/п в месяц, $ | З/п в год, $ | Начисления на з/п(38.5%) |
| 1 | Генеральный директор | 1 | 200 | 2400 | 924 |
| 2 | Бухгалтер-кассир | 1 | 150 | 1800 | 693 |
| 3 | Гл. менеджер | 1 | 150 | 1800 | 693 |
| 4 | Сотрудник в зале | 1 | 100 | 1200 | 462 |
| 5 | Бармены | 2 | 100 | 2400 | 924 |
| 6 | Уборщица | 1 | 50 | 600 | 231 |
| 7 | Гардеробщик | 1 | 50 | 600 | 231 |
| 8 | Охранники | 2 | 100 | 2400 | 924 |
| 9 | Итого на з/п | 10 | 1100 | 13200 | 5082 |

Определим стоимость основных производственных фондов.

Таблица 5.

Стоимость основных производственных фондов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Вид ОПФ | Кол-во ед., шт. | Стоимость заед.,$ | Стоимость всего, $ |
| 1 | Оборудование для бильярда | 3 | 400 | 1200 |
| 2 | Оборудование для дартса | 2 | 100 | 200 |
| 3 | Оборудование для бара | 1 | 1000 | 1000 |
| 4 | Осветительное оборудование | 3 | 100 | 300 |
| 5 | Охранное оборудование | 1 | 200 | 200 |
| 6 | Аудио, видеотехника | 1 | 500 | 500 |
| 7 | ИТОГО: | 3400 |

Планом предусмотрена реклама:

1) печать в еженедельной местной газете 4 раза в месяц. Стоимость - 290 руб. (10$) в месяц. Расходы на рекламу (июль-сентябрь) - 290руб.\*3 мес.=870руб. (30$);

2) Вывеска стоимость - 5800руб. (200$)

Расчет объема продаж:

В среднем один клиент оставляет в клубе 4,5$.

Количество клиентов с июля по август составило - 1200 чел. (600чел. х 2мес.=1200чел); с сентября по октябрь - 1800чел (900чел. х 2 = 1800чел.); с ноября по июнь - 8160чел. (1020 х 8мес. = 8160 чел.).

Итого: общее кол-во клиентов за год равно 1200+1800+8160=111б0чел. Т.о. объем продаж составит -11160 х 4,5 =50220$ (1456380 руб.) за год.

Сумма амортизационных отчислений исчисляется исходя из средней ставки амортизационных отчислений на полное восстановление основных фондов в размере 20 % балансовой стоимости.

Таблица 6.

Калькуляция расходов и доходов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Статьи расходов | Сумма, $ | Сумма, руб. |
| Постоянные расходы |
| 1 | Материалы, бар | 700х12=8400 | 243600 |
| 2 | Заработная плата | 13200 | 382800 |
| 3 | Начисления на заработную плату | 5082 | 147378 |
| 4 | Реклама | 200+30=230 | 6670 |
| 5 | Амортизационные отчисления по оборудованию за год | 680 | 19720 |
| 6 | Арендные платежи | 500х12=6000 | 174000 |
| 7 | Текущие расходы | 100х12=1200 | 34800 |
| 8 | Сумма постоянных затрат | 34792 | 1008968 |
| 9 | Переменные затраты |  |  |
| 11 | Ремонт помещения | 500 | 14500 |
| 12 | Оборудование | 3400 | 98600 |
| 13 | Сумма переменных затрат при максимальных загрузках | 3900 | 113100 |
| 14 | Прибыль | 50220 -38692=11528 | 334312 |
| 15 | Премиальные (10% от прибыли) | 1153 | 33437 |
| 16 | Чистая прибыль | 10375 | 300875 |

Калькуляция расходов и доходов по месяцам

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Месяцы | Выручка,$ | Постоянные затраты, $ (материалы, бар, з/п, начисление на з/п, аренда, аморт. отчисления. текущие расходы) | Переменные затраты, $ (реклама, аморт. отчисления, ремонт, оборудование) | Прибыль,$ | Рентабельность продаж, % |
| 1 | 2700 | 2880,17 | 4110 | -4233,5 | -61 |
| 2 | 2700 | 2880,17 | 10 | -133,5 | -5 |
| 3 | 4050 | 2880,17 | 10 | 1216,5 | 42 |
| 4 | 4050 | 2880,17 | 0 | 1226,5 | 43 |
| 5 | 4590 | 2880,17 | 0 | 1766,5 | 61 |
| 6 | 4590 | 2880,17 | 0 | 1766,5 | 61 |
| 7 | 4590 | 2880,17 | 0 | 1766,5 | 61 |
| 8 | 4590 | 2880,17 | 0 | 1766,5 | 61 |
| 9 | 4590 | 2880,17 | 0 | 1766,5 | 61 |
| 10 | 4590 | 2880,17 | 0 | 1766,5 | 61 |
| 11 | 4590 | 2880,17 | 0 | 1766,5 | 61 |
| 12 | 4590 | 2880,17 | 0 | 1086,5 | 61 |
| Итого | 50220 | 34562 | 4130 | 11528 |  |

Срок окупаемости вложений 6200:

(10375:12) =6200:864,58=7.17 ≈ 7.2 месяца.

Срок окупаемости оборудования для бильярда (3 комплекта) =(1000х3): (400х3) =3000:1200=2.5 года Точка безубыточности:

Тб=(50220-34792)/3900=3,956