Министерство образования и науки Российской Федерации

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Федеральное агентство по образованию | | | | | |
| Государственное образовательное учреждение  высшего профессионального образования | | | | | |
| «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова» | | | | | |
| Институт экономики и управления региональным развитием  Кафедра "Экономика и организация производства" | | | | | |
|  | | | Курсовой проект защищен с оценкой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | |
|  | | | Руководитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н.Н. Кузьмина  проекта подпись | | |
|  | | | «\_\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2008 г. | | |
|  | | |  | | |
| **БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** | | | | | |
| Пояснительная записка | | | | | |
| к курсовому проекту  по дисциплине «ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ» | | | | | |
| КП 080500.12.000 ПЗ | | | | | |
| Студент группы М-51 Е.Н. Петлякова | | | | | |
|  |  |  | | подпись | и.о.,фамилия |
| Руководитель проекта доцент, к.п.н. Н.Н. Кузьмина | | | | | |
| должность, ученая степень подпись | | | | | и.о.,фамилия |

Барнаул 2008

Содержание

1. Резюме
2. Описание проекта
   1. Местонахождение фирмы
   2. Товары и услуги
   3. Помещение и оборудование
3. Анализ рынка сбыта
4. Анализ конкурентов
   1. SWOT – анализ по конкурентам
5. План маркетинга
6. Организационный план
7. Производственный план
   1. Описание производственного процесса
   2. Необходимое оборудование и производственная мощность

7. 3. Поставщики и цены на сырье и оборудование

1. Юридический план
2. Оценка рисков
3. Финансовый план

11.Список использованной литературы

Приложение А

Приложение Б

Приложение В

Приложение Г

Приложение Д

1. Резюме

Целью проекта является создание в г. Барнауле гостиницы категории 3\*. Создание гостиницы планируется осуществить на базе нового строительного объекта, расположенного в Индустриальном районе. Здание планируется арендовать, с последующим выкупом его. Проведение строительно-монтажных работ, а также работ по внутренней отделке не требуется, так как здание оборудовано под гостиницу. Приобретение необходимого оборудования и проведение монтажных работ предполагает единовременные затраты в размере 1,471 млн. руб. Реализация проекта предполагает получение кредита в размере 1,3 млн. руб. на срок до 5 лет под процентную ставку 9%, выплата долга и процентов по нему осуществляются ежемесячными платежами.

Общая стоимость проекта на сегодняшний день оценивается на уровне 1,5 млн. руб. без учета стоимости существующего здания. Необходимый объем инвестиций – 1,771 млн. руб.

Экономическая эффективность данного проекта достаточно высока и представлена следующими основными показателями:

* дисконтированный срок окупаемости проекта при реальной ставке сравнения 10% годовых составляет около 3 года с начала реализации проекта, что значительно ниже периода жизни самого проекта;
* внутренняя реальная норма доходности, без учета инфляции, составляет 22% годовых, что значительно превышает “банковскую” ставку кредита, погашаемого в пределах срока жизни проекта.

При заложенном в расчетах уровне доходов и затрат проект является эффективным и финансово состоятельным.

1. Описание проекта

2.1 Местонахождение фирмы

В соответствии с проектом создание гостиницы планируется осуществить на базе нового строительного объекта, представляющего собой 3-х этажное здание в Индустриальном районе г. Барнаула. Указанный объект состоит из подвала и трех надземных этажей. Согласно предварительному проекту на данном объекте проведены все отделочные работы, необходимые для гостиничного комплекса, планируется проведение только монтажных работ. Подвальные помещения (цокольный этаж) планируется оснастить оборудованием для тренажерного зала. Здесь же планируется расположить прачечную и помещения персонала.

На первом этаже планируется разместить конференц-зал, комнату для переговоров и комплекс ресторана. Следует отметить, что площадь под рестораном будет сдаваться в аренду собственникам ресторана. Каждый год договор аренды будет перезаключаться с пересмотрением стоимости аренды.

Следующие два этажа отведены под гостиницу и служебные помещения.

Снабжение комплекса необходимыми энергетическими ресурсами будет осуществляться от общегородских сетей.

Выбор указанного месторасположения гостиницы также имеет ряд существенных преимуществ:

1. наличие существующего трехэтажного здания с капитальным ремонтом и проведенными коммуникациями;
2. гостиница будет располагаться недалеко от аэропорта, что дает ряд преимуществ;
3. прекрасная связь с городской системой транспортных коммуникаций, благодаря чему до комплекса без труда можно добраться практически из любой части города.

2.2 Товары и услуги

Всего номерной фонд отеля составляет 49 номеров, среди которых можно выделить номера разных категорий:

Стандарт:

Телефон, ТВ (кабельное), сейф, полотенце (2 или 4 вида), фен, мини-бар, душевая кабина/ванная, кровать с ортопедическом матрацем.

Стандарт +:

Телефон, ТВ (кабельное), сейф, полотенце (4 вида), набор для ванной, гладильная доска, утюг, мини-бар, душевая кабина/ванная, кондиционер, фен, кровать с ортопедическом матрацем.

Полулюкс:

Телефон, ТВ (кабельное), сейф, полотенце (4 вида), набор для ванной, халат, тапочки, гладильная доска, утюг, фен, мини-бар, ванная, кондиционер, выделенная линия Internet, кровать с ортопедическом матрацем.

Люкс (2-х комнатный):

Телефон, ТВ (кабельное), сейф, полотенце (4 вида), набор для ванной, халат, тапочки, гладильная доска, утюг, фен, мини-бар, душевая кабина + ванная, кондиционер, выделенная линия Internet, кровать с ортопедическом матрацем.

Таблица –1 Количество номеров каждого типа

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип номера | Количество | |
| 1-местный | 2-местный |
| Стандарт | 17 | 8 |
| Стандарт + | 11 | 5 |
| Полулюкс | 4 | 2 |
| Люкс | 1 | 1 |

На первом этаже гостиницы будет располагаться ресторан. В данном ресторане будут проходить завтрак и ужин наших клиентов. В базовый набор наших услуг входит бесплатный завтрак (шведский стол), его стоимость включена в стоимость номера, ежедневный ужин оплачивается отдельно.

В подвальном помещении будет располагаться спортивный зал, посещение которого для клиентов гостиницы будет бесплатно.

Услуги гостиницы:

* Заказ авиабилетов;
* Круглосуточное обслуживание номеров;
* Регистрация иностранных граждан;
* Вызов такси.

2.3 Помещение и оборудование

Для создания комфортных условий клиентам, нам потребуется большое количество технического оборудования.

Таблица 2 – Ценовые раскладки для требуемого технического оборудования

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование оборудования | Цена за единицу (руб.) |
| Компьютер | 10 000 |
| Кондиционер | 15 000 |
| Тренажер (средняя цена) | 15 000 |
| Стиральная машина | 10 000 |
| Сушилка | 10 000 |
| Принтер | 4 000 |
| Телевизор | 6 000 |
| Сейф | 5 000 |
| Холодильник | 7 000 |

Помимо технического оборудования потребуется комфортная мебель.

Таблица 3 - Ценовые раскладки для требуемой мебели

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование оборудования | Цена за единицу (руб.) |
| Зеркало:  А) для стандарта  Б) для люкса | 1 000  1 500 |
| Кресло:  А) для стандарта  Б) для люкса | 2 000  4 000 |
| Тумба | 1 000 |
| Стулья | 1 000 |
| Шкаф:  А) для стандарта  Б) для люкса | 2 000  3 000 |
| Кровать:  А) для стандарта  Б) для люкса | 2 000  5 000 |

1. Анализ рынка сбыта

В соответствии с планом, гостиница будет располагаться на пересечении улиц Попова и Павловский тракт. Данное месторасположение выгодно тем, что недалеко от гостиницы находиться аэропорт. Благодаря этому в нашей гостинице будет большое количество постояльцев.

Номера гостиницы рассчитаны на потребителей с разным уровнем доходов. В основном наша гостиница рассчитана на клиентов, посещающих Барнаул с деловыми целями, так как основные потребители гостиничных услуг — бизнес-туристы, доля которых - 80% от общего объема въездного туризма. Их можно условно поделить на две категории. Первая — дипломаты и менеджеры компаний, вторая — люди из регионов России и стран СНГ, посещающие промышленные предприятия, банки, коммерческие и иные структуры Барнаула. Мы больше ориентируемся на вторую категории. При этом следует отметить, если бизнес-туристы прибывают на достаточно продолжительный срок, то высока вероятность, что они поселятся в гостинице 3\*, чем в гостинице 4\* и 5\*, так как номера существенно отличаются по стоимости, и чем в гостинице 2\*, так как качество предоставляемых услуг в отеле 3\* выше, чем в 2-хзвездочном отеле.

В связи с явным преобладанием бизнес-туристов мы ориентируются на предоставление дополнительных услуг: компьютер, доступа в Internet, факс, заказ билетов, заказ такси, прачечная, химчистка и т. д. Именно дополнительные услуги способствуют повышению доходности гостиничного бизнеса.

Рисунок 1 – Доля рынка гостиницы «Турист +»

4. Анализ контроля

В городе Барнауле существует двадцать две гостиницы категории 3\*, но большинство из них располагаются в центре, рядом с Железнодорожным и Автовокзалом. Так как гостиница будет располагаться в спальном районе города, то конкурентов поблизости мало. Существует два наиболее значимые конкуренты, располагающиеся поблизости от нашей гостиницы.

Таблица 4 – Описание конкурентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Характеристики | Конкурент 1 | Конкурент 2 | Своя компания |
| 1. Название фирмы | «Оазис» | «Сюжет» | «Турист +» |
| 2. Адрес | г. Барнаул  ул. Попова 200 | г. Барнаул  ул. Попова 258 | г. Барнаул  ул. Попова 182 |
| 3. Описание номера | Телевизор, телефон, мини-бар, душевая кабина, фен, набор для ванны, халат, тапочки, система кондиционирования, сейф | Система кондиционирования, кабельное телевидение, индивидуальные комнатные сейфы, мини-бар, душевая кабина , звукоизоляция | Телефон, ТВ (кабельное), сейф, полотенце (4 вида), набор для ванной, гладильная доска, утюг, мини-бар, душевая кабина/ванная, кондиционер, фен, кровать с ортопедическом матрацем. |
| 4. Стоимость номера класса «стандарт» | 650 руб. | 800 руб. | 700 руб. |
| 5. Реклама | Только на телевидении | На рекламном проспекте перед самой фирмой | Во всех средствах массовой информации |
| 6. Качество обслуживания | Доброжелательный персонал, но отсутствует доставка заказа в номер. | Доброжелательный персонал, но долгая доставка заказа в номер. | Обслуживание высшего качества, очень доброжелательный персонал. |
| 7. Ассортимент услуг | Средний | Широкий | Широкий |
| 8. Система скидок | Отсутствует | Отсутствует | Есть |

Так как внешняя и внутренняя среда постоянно изменяются под воздействием деятельности, как самого предприятия, так и других факторов, то необходимо выявить ограничения, возможности, сильные и слабые стороны предприятия в изменяющейся среде. И на основе полученных результатов предприятие должно внести изменения в выбранную стратегию. Выявить и соотнести между собой ограничения и возможности, слабые и сильные стороны предприятия поможет SWOT-анализ.

4.1 SWOT-анализ по конкурентам

Таблица 5 – SWOT-анализ по конкурентам

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Конкурент 1 | Конкурент 2 | Своя компания |
|  | «Оазис» | «Сюжет» | «Турист +» |
| Сильные стороны | Наличие финансовых ресурсов, мощная исследовательская база, низкие цены, наличие номеров различных ценовых категорий. | Хорошая репутация у постояльцев, оказание дополнительных услуг, эффективный менеджмент, хорошее качество услуг, наличие номеров различных ценовых категорий, высокий уровень безопасности клиентов. | Эффективный менеджмент, оказание дополнительных услуг, прекрасная связь с городской системой транспорта, высокое качество услуг, индивидуальный подход к клиенту, широкий ассортимент предоставляемых услуг, наличие номеров различных ценовых категорий, высокий уровень безопасности клиентов |
| Слабые стороны | Ухудшающаяся конкурентная позиция, небольшие маркетинговые способности, среднее качество услуг, плохая реклама. | Небольшие маркетинговые способности, недостаточная мотивация труда работников, плохая реклама, плохая связь с городской системой транспорта. | Недостаточный управленческий опыт, еще не сформировавшийся имидж фирмы. |
| Возможности | Расширение предоставляемых услуг, привлечение инвесторов. | Переход к более эффективным стратегиям, увеличение постоянных клиентов, привлечение инвесторов. | Расширение предоставляемых услуг, Увеличение клиентов, привлечение инвесторов, постоянные клиенты, снижение процентных. |
| Угрозы | Возможность появления новых конкурентов, изменение потребительских предпочтений, неудовлетворенность клиентов качеством услуг, неблагоприятная политика правительства. | Возрастающее конкурентное давление, неудовлетворенность клиентов качеством услуг. | Изменение потребительских предпочтений, неблагоприятная политика правительства, неудовлетворенность клиентов качеством услуг. |

Итак, из таблицы видно, что главными конкурентными преимуществами данного проекта являются: удобное месторасположение гостиницы, наличие номеров различных ценовых категорий, высокий уровень безопасности клиентов. Так же необходимо учитывать, что конкурентоспособность гостиницы зависит не только от набора услуг, но и от их качества.

5. План маркетинга

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли.

Планируемая заполняемость гостиницы – 80% от всего номерного фонда гостиницы. Характер спроса – сезонный, пик в т.н. «busy season» - с ноября по май, заполняемость на неделе со вторника по четверг.

Как правило, гостиницы Барнаула, это учитывают, и устанавливают цены на сезон длительностью 3-4 месяца, т.е. повышают цены перед каждым пиком спроса. В нашей гостинице мы устанавливаем цены на сезон длительностью на год, таким образом, к очередному повышению цен наших конкурентов, наши цены будут оставаться конкурентоспобными, при этом обеспечивая приемлемый уровень рентабельности бизнеса. В нашей гостинице будет действовать система накопительных сидок.

Таблица 6 - Система накопительных скидок.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Количество посещений | 5 | 10 | Свыше |
| Скидка % | 3 | 5 | 7 |

Таблица 7 - Стоимость аренды номера за сутки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тип номера | Стоимость, руб. | |
| Одноместные номера | Двухместные номера |
| Стандарт | 600 | 700 (350) |
| Стандарт + | 900 | 1 000 (500) |
| Полулюкс | 1 100 | 1 300 |
| Люкс | 1 500 | 1 900 |

Инструментом продвижения является реклама. Разработкой рекламы будет заниматься рекламное агентство. Включает в себя разработку тему, девиза рекламы и создание четкого рекламного образа.

Таблица 8 – Каналы продвижения на рынок

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Пути продвижения | Цена (руб.) | Количество | Стоимость за месяц (руб.) |
| Реклама по телевидению | 1 240 | 20 | 24 800 |
| Реклама в газете | 520 | 10 | 5 200 |
| Всего |  |  | 30 000 |

Расходы на маркетинг планируется финансировать за счет себестоимости и за счет фонда развития производства.

6. Организационный план

Гостиница планируется создаваться в форме общества с ограниченной ответственностью. Уставной капитал = 500 000 рублей. Учредителями ООО, в соответствии с учредительным договором, являются:

* Горночакова А.В. - 50 % (250 000 р.) от суммы заявленного уставного фонда;
* Петлякова Е.Н. - 30 % (150 000 руб.) от суммы заявленного уставного фонда;
* Жданов В.В. – 20 % (100 000 руб.).

Организационная структура отеля в очень высокой степени влияет на абсолютное большинство показателей деятельности предприятия. Чтобы оперативно и качественно оказывать клиентам заявленный диапазон услуг, отель должен иметь отлаженный механизм предоставления таких услуг. Различные по размерам и характеру специализации гостиницы будут иметь и особенности в своей организационной структуре, но все-таки при любой конкретной форме организации отеля должен гарантировано выполняться ряд его важнейших функций.

Планируется следующая схема управления фирмой:

Учредительное собрание

Директор гостиницы

Заместитель директора

Главный бухгалтер

Секретарь

Бухгалтер

Дежурные на  **этаже**

Охрана

Стюарты

Горничные

Хостес

Схема 1. - Организационная структура управления предприятием.

На учредительном собрании будут собираться: учредители, директор, заместитель директора, главный бухгалтер, чтобы обсудить вопросы, входящие в компетенцию учредительного собрания. К компетенции учредительного собрания относится обсуждение следующих вопросов:

* общее качество управления,
* прогнозы на заполняемость,
* главные статьи расхода,
* вопросы реконструкции,
* новое законодательство,
* доходность предприятия.

На схеме показаны связи между подразделениями и отдельными работниками гостиницы. Схема наглядно демонстрирует каждому работнику его место в общественном процессе. Четко определены уровни ответственности.

К функциям генерального директора относятся:

* контроль над соблюдением техники безопасности и требований к охране труда на предприятии;
* контроль над состоянием оборудования, обеспечение своевременного ремонта и профилактических работ;
* контроль качества материалов, мониторинг запасов материалов.

К функциям главного бухгалтера относятся:

* ведение бухгалтерского и налогового учета в соответствии с национальными стандартами и нормативными актами, действующими в РФ;
* предоставление налоговой, финансовой и статистической отчетности в сроки и органы, установленные действующим законодательством;
* предоставление ежегодного отчета в органы правления обществом.

Функции остальных работников организации:

* Заместитель директора занимается вопросами оперативного управления;
* Дежурный на этаже: обеспечивает слаженность процесса работы вспомогательного персонала;
* Хостесы занимаются документальным оформлением приема и проживания клиентов, обеспечивают индивидуальный подход к каждому клиенту;
* Вспомогательные службы (охранники, горничные) обеспечивают процесс работы гостиничного комплекса, предлагая услуги прачечной, бельевой служб, уборка помещений, и безопасности клиентов.

Каждый сотрудник должен не только знать свои непосредственные обязанности и функции, но и хорошо понимать, каким именно образом его работа соотносится с той, которую выполняют другие сотрудники или подразделения, и каким образом их общая деятельность влияет на эффективность работы отеля. Для директора исключительно важно постоянно сопоставлять упомянутую выше схему с гаммой тех услуг, которые предоставляет отель – это позволит сделать вывод о том, нет ли на отдельных участках избытка рабочей силы и наоборот.

Таблица 9 - Штатное расписание персонала.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Должность | число рабочих | Оклад, руб.  тыс. руб. | годовой ФОТ, тыс. руб. | Отчисления, тыс. руб.  в год | |
| НДФЛ (13%) | ЕСН (26,2%) |
| Административно-управленческий персонал | | | | | |
| Директор гостиницы | 1 | 20 | 240 | 31,2 | 62,88 |
| Заместитель директора | 1 | 15 | 180 | 23,4 | 47,16 |
| Главный бухгалтер | 1 | 13 | 156 | 20,28 | 40,87 |
| Бухгалтер | 1 | 7 | 84 | 10,92 | 22,09 |
| Вспомогательный персонал | | | | | |
| Дежурный на этаже | 3 | 6 | 72 | 9,36 | 18,9 |
| Хосте-с | 3 | 8 | 96 | 12,48 | 25,15 |
| Охрана | 4 | 8 | 96 | 12,48 | 25,15 |
| Горничные | 4 | 6 | 72 | 9,36 | 18,9 |
| ∑ | 18 | 153 | 1836 | 238,68 | 481,35 |

В связи с тем, что предприятие относится к сфере обслуживания, проектируется режим работы для административно-управленческого персонала с 9.00. до18.00. Для обслуживающего персонала – посменно.

Характер работы обуславливает следующие квалифицированные требования к работникам:

* Директор, заместитель директора – образование высшее с опытом работы в сфере обслуживания.
* Главный бухгалтер, бухгалтер – образование высшее экономическое, умение работать на персональном компьютере, опыт работы.

Найм сотрудников будет производиться на конкурсной основе с учетом личных качеств и опыта работы. Планируется ежемесячно оценивать качество работы персонала и поощрять лучших работников.

Таблица 10 - Плановый фонд оплаты труда, тыс. руб.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Годы | | | |
| 2009 | 2010 | 2011 |
| Общий фонд оплаты труда | 170 500 | 180 800 | 193 800 |
| Отчисления на ЕСН | 44 671 | 47 370 | 50 776 |
| Итого ФОТ | 215 171 | 228 170 | 244 576 |

7. Производственный план

7.1 Технические аспекты проекта

Создание гостиницы планируется осуществить на базе строительного объекта, представляющего собой 3-х этажное здание. Указанный объект состоит из подвала и трех надземных этажей, общая площадь которых на сегодняшний день составляет около 1 600 м2. Согласно предварительному проекту на данном объекте проведены все отделочные работы, необходимые для гостиничного комплекса, планируется проведение только монтажных работ.

На первом этаже планируется разместить комплекс ресторана. Следует отметить, что площадь под рестораном будет сдаваться в аренду собственникам ресторана, арендная плата составляет 550 руб./м2, площадь составляет 150 м. Каждый год договор аренды будет перезаключаться с пересмотрением стоимости аренды.

Следующие два этажа отведены под гостиницу и служебные помещения.

Снабжение комплекса необходимыми энергетическими ресурсами будет осуществляться от общегородских сетей.

7.2 Необходимое оборудование и прогноз объема продаж

Таблица 11 - Количество необходимое оборудования

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Количество единиц | Цена за единицу тыс. руб., |
| Компьютер | 5 | 10 000 |
| Кондиционер | 3 | 15 000 |
| Тренажер (средняя цена) | 10 | 15 000 |
| Стиральная машина | 4 | 10 000 |
| Сушилка | 1 | 10 000 |
| Принтер | 2 | 4 000 |
| Телевизор | 50 | 6 000 |
| Сейф | 2 | 5 000 |
| Холодильник | 4 | 7 000 |
| Зеркало:  А) для стандарта  Б) для люкса | 41  9 | 1 000  1 500 |
| Кресло:  А) для стандарта  Б) для люкса | 54  8 | 2 000  4 000 |
| Тумба | 62 | 1 000 |
| Стулья | 62 | 1 000 |
| Шкаф:  А) для стандарта  Б) для люкса | 54  8 | 2 000  3 000 |
| Кровать:  А) для стандарта  Б) для люкса | 41  8 | 2 000  5 000 |
| Шторы | 54 | 3000 |
| ИТОГО |  | 1 036 500 |

Из таблицы видно, что на оборудование нам понадобится 1,036 млн.руб. Так же потребуются расходы на монтажные работы, стоимость которых составляет 20 000 руб., санитарно – гигиенические средства, постельное белье, рекламу и тд. Общая сумма единовременных затрат составляет около 1,28 млн. руб.

Таблица 12 – Калькуляция себестоимости номеров

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Статьи затрат | Годы | | |
| 2008 | 2009 | 2010 |
| Затраты на единицу, руб*.* | | | |
| Электроэнергия | 10,5 | 11 | 11,3 |
| Телефон | 13,3 | 13,5 | 13,8 |
| Кабельное телевидение | 14 | 14,5 | 14,7 |
| Отопление | 15,6 | 15,8 | 16 |
| Горячая вода | 12,4 | 12,5 | 12,7 |
| Холодная вода | 2,6 | 3 | 3,1 |
| Вывоз бытовых отходов | 2 | 2,4 | 2,5 |
| Аренда | 204 | 210 | 215 |
| З/плата работников | 100 | 110 | 115 |
| Средства гигиены | 10 | 12 | 14,7 |
| Итого расходов | 384,4 | 404,7 | 418,8 |
| Наценка | 115,6 | 125,3 | 131,2 |
| Цена без НДС | 500 | 530 | 550 |
| НДС | 90 | 95,4 | 99 |
| Цена | 600 | 630 | 650 |

Таблица 13 – Прогноз объема продаж

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2008 год | | | | | | | | | | | | | |
| месяц | | январ | февраль | март | апрель | май | июнь | июль | август | сентябрь | октябрь | ноябрь | декабрь |
| Объем продаж  (в часах) | | 23760 | 24120 | 23924 | 23764 | 23330 | 22758 | 22659 | 23338 | 23110 | 23215 | 24058 | 23759 |
| всего | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 281795 |
| 2009 год | | | | | | | | | | | | | |
| квартал | первый | | | | второй | | | третий | | | четвертый | | |
| Объем продаж  (в час.) | 71865 | | | | 69891 | | | 69348 | | | 71434 | | |
| всего |  | | | |  | | |  | | | 282538 | | |

Таблица 14 - Постоянные затраты на производство сбыт продукции

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | квартал | | | |
| первый | второй | третий | четвертый |
| Электроэнергия | 30 000 | 24 000 | 24 000 | 30 000 |
| Водоснабжение | 24 000 | 24 000 | 24 000 | 24 000 |
| Отопление | 24 000 | 10 000 | 10 000 | 24 000 |
| Платежи за телефон | 1 000 | 1 000 | 1 000 | 1 000 |
| З/плата персонала | 453 000 | 453 000 | 453 000 | 453 000 |
| Отчисления на соц. нужды | 760 | 760 | 760 | 760 |
| Аренда помещения | 300 000 | 300 000 | 300 000 | 300 000 |
| Платежи за ТВ | 2 000 | 2 000 | 2 000 | 2 000 |
| Расходы на рекламу | 30 000 | 30 000 | 30 000 | 30 000 |
| Всего |  |  |  | 2 219 040 |

Таблица 15 - Переменные затраты на производство сбыт продукции

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | квартал | | | |
| первый | второй | третий | четвертый |
| Санитарно-гигиенические средства | 15 000 | 15 000 | 15 000 | 15 000 |
| Постельное белье(срок использования менее 12 мес.) | 26 000 | - | 26 000 | - |
| Постельное белье(срок использования менее 24 мес.) | 182 000 | - | - | - |
| Монтажные работы | 20 000 | 10 000 | 10 000 | 10 000 |
| всего |  |  |  | 344 000 |

7.3 Поставщики и цены на сырье и оборудование

Потребность в сырье и материалах, необходимых для реализации услуг, складывается из следующих основных составляющих:

* потребность в санитарно-гигиенических средствах одноразового применения, используемых клиентами и представляющих собой ежедневно заменяемый гигиенический комплект, состоящий из мыла, шампуня, шапочки для душа и т.д.;
* потребность в прочем хозяйственном инвентаре.

При определении потребности в санитарно-гигиенических средствах одноразового применения учитывалась планируемая загрузка гостиницы, составляющая в среднем 70% от общего номерного фонда.

При определении потребности в прочем хозяйственном инвентаре для всего комплекса учитывалась специфика оказываемых услуг и технология их предоставления. В составе прочего хозяйственного инвентаря рассматривались следующие основные позиции:

* постельное белье со сроком службы до 12 месяцев для гостиницы (представляет собой спальный комплект, состоящий из простыни, пододеяльника и наволочки),
* постельное белье со сроком службы до 2-х лет для гостиницы (представляет собой спальный комплект, состоящий из подушки, одеяла и покрывала),
* санитарно-гигиенические средства многоразового использования для гостиницы (представляют собой гигиенические комплекты, состоящие из 4-х полотенец, халата, тапочек),

Следует отметить, что по каждой из указанных позиций планируется приобретение предметов инвентаря профессионального уровня, предназначенных специально для оказания соответствующих услуг. Все предметы хозяйственного инвентаря планируется приобретать у отечественных производителей.

Помимо покрытия потребности в сырье, материалах и прочем хозяйственном инвентаре планируемый гостиничный комплекс потребует обеспечения энергоресурсами, необходимыми для реализации услуг.

Потребность в энергоресурсах складывается из трех составляющих:

1. электроэнергия;
2. вода холодная, включая канализацию;
3. тепло (отопление, горячая вода).

Планируемый расход указанных энергоносителей определен в соответствии с действующими СНиПами и инструкциями по проектированию.

8. Юридический план

Полное наименование фирмы: Общество с ограниченной ответственностью “Турист +”. Фирма создана 22 февраля 2008 года, путем учреждения общества с тремя учредителями.

Адрес: 656067, Алтайский край, г. Барнаул, ул. Попова 182

Телефон: (3852) 61-72-55, Факс: (3852) 61-72-50

Генеральный директор ООО “Турист + ”: Горночакова А.В.

Телефон: (3852) 54-81-85, сот.телефон: 8-906-941-2466

Документы, необходимые для открытия гостиницы:

1. Устав предприятия (для частных лиц - копия свидетельства о регистрации или внесении в ЕГР);
2. Свидетельство о постановке на учет в ГНИ;
3. Заявление на имя мэра города (о разрешении открытия предприятия с указанием режима работы, торговой площади);
4. Договор аренды или документы о собственности занимаемого помещения;
5. Регистрационная карточка на контрольно-кассовый аппарат;
6. Заключение ТО ТУ Роспотебнадзора по г.Барнаулу и Индустриальному раойну;
7. Заключение госпожнадзора;
8. Договор на вывоз и утилизацию мусора с УЖКХ;
9. Заключение управления архитектуры;
10. Постановление об отводе земельного участка;
11. Перечень, оказываемых услуг;
12. Квалификационный перечень работников предприятия;

13. Схема предприятия;

14. Заявление на открытие предприятия (Приложение Г);

15.Заявление на продление разрешения на работу объекта

(Приложение Д).

9. Оценка рисков

Мы определяем риски весьма широко — как любое событие, вследствие которого финансовые результаты деятельности компании могут оказаться ниже ожидаемых. Для начала необходимо выявить основные типы рисков, с которыми может столкнуться гостиница:

1. Рыночные риски:

* ценовой риск: снижение цен конкурентами
* инфляционный риск: повышение налогов, увеличение тарифов на коммунальные платежи, увеличение цен на оборотные средства

2. Кредитный риск:

* неплатежеспособность арендатора

3. Операционные риски:

* Трудности с набором квалифицированной рабочей силы
* Недобросовестные действия персонала
* Непредвиденные расходы
* Недостаток оборотных средств
* Закрытие ресторана

4. Риск объемов бизнеса:

* появление новых конкурентов,
* снижение спроса на данном сегменте,
* снижение спроса на услуги данной гостиницы
* снижение прибыльности бизнеса

Следует отметить, что все виды риска, присущие нашему предприятию не следует рассматривать изолированно друг от друга. Это сигнализирует о том, что в случае реализации одного из видов рисков, скорее всего, реализуются и остальные, взаимосвязанные с ним риски.

Возможны следующие варианты: при появлении новых конкурентов, которые могут предоставлять услуги по более низкой цене и имеющие другие преимущества, снизится поток клиентов, что в свою очередь приведет к снижению рентабельности. Следует учитывать годовую инфляцию на рынке коммунальных услуг, что тоже отражается на финансовых результатах деятельности предприятия.

В качестве условий предотвращения рисков могут быть рекомендованы следующие мероприятия:

1. Страхование имущества и ответственности работников,
2. Заключение договоров с фиксированными суммами, в случае если цена зависит от колебания рыночной конъюнктуры,
3. Заключение долгосрочных контрактов с поставщиками с четкими условиями и штрафными санкциями;
4. Внутренний контроль и внутренний аудит
5. Система отчетности для выявления потенциальных проблем
6. Четкая регламентация компетенции и ответственности персонала
7. Создание резервов на счетах на необходимое обновление основных средств и реконструкцию
8. Отслеживание состояния дебитора (ресторана), на случай если предприятие испытывает финансовые затруднения и/или ему необходимо финансовое оздоровление, мы могли бы заранее подготовиться и найти альтернативный вариант.

10. Финансовый план

Планируется, что подготовительный этап реализации проекта составит 6 месяцев, то для упрощения таблиц и их наглядности подготовительный период в финансовый план не включается.

Для реализации данного проекта необходимо:

Собственный капитал – 500 тыс. руб.

Заемный капитал в форме кредита – 1,3 млн. руб.

Ежемесячные кредитные платежи составляют 9% от первоначальной суммы кредита, то есть 117 тыс. руб. Период действия договора – 5 лет.

Ежемесячные амортизационные отчисления будут высчитываться линейным способом.

Таблица 16 – Амортизация оборудования

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Оборудование | Срок службы (в годах) | Первоначальная стоимость (руб.) | Количество | Амортизационные отчисления (в год) |
| Компьютер | 5 | 10 000 | 5 | 10 000 |
| Кондиционер | 6 | 15 000 | 3 | 7 500 |
| Тренажер | 6 | 15 000 | 10 | 2 500 |
| Стиральная машина | 10 | 10 000 | 4 | 4 000 |
| Сушилка для белья | 10 | 10 000 | 1 | 1 000 |
| Принтер | 5 | 4 000 | 2 | 1 600 |
| Телевизор | 10 | 6 000 | 50 | 30 000 |
| Холодильник | 8 | 7 000 | 4 | 3 500 |
| Всего |  |  |  | 60 100 |

Валовой доход (ВВП) = объем реализации \* цену услуги.

Таблица 17 – ВВП от реализованной продукции

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2008 год | | | | | | | | | | | | | |
| месяц | | январ | февраль | март | апрель | май | июнь | июль | август | сентябрь | октябрь | ноябрь | декабрь |
| ВВП (млн. руб.) | | 1,11 | 1,13 | 1,12 | 1,12 | 1,09 | 1,07 | 1,06 | 1,1 | 1,09 | 1,09 | 1,13 | 1,12 |
| всего | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 13,23 |
| 2009 год | | | | | | | | | | | | | |
| квартал | первый | | | | второй | | | третий | | | четвертый | | |
| ВВП (млн. руб.) | 3,38 | | | | 3,28 | | | 3,26 | | | 3,36 | | |
| всего |  | | | |  | | |  | | | 13,28 | | |

Прибыль от реализации услуги:

Пр = Вр - Зпр – НДС, где

Вр - выручка от услуг;

Зпр - издержки на производство и сбыт продукции (полной себестоимости);

НДС - сумма налога на добавленную стоимость (НДС);

Пр = 13 230 000 – 3 374 390 = 9 855 610 руб.

Прибыль от прочей реализации (прибыль, полученная от реализации основных средств и другого имущества, отходов, нематериальных активов):

Ппр = Впр - Зр , где

Впр - выручка от реализации;

Зр - затраты на эту реализацию;

Ппр = 0 руб.

Прибыль от внереализационных операций:

Пвн = Двн - Рвн , где

Двн - доходы от внереализационных операций;

Рвн - расходы по внереализационным операциям;

Пвн = 82 500 – 0 = 82 500 руб.

Балансовая прибыль:

Пб = Пр + Ппр + Пвн;

Пб = 9 855 610 + 0 + 82 500 = 9 938 110 руб.

Чистая прибыль:

Пч = Пб - отчсл., налог на прибыль = 24%

Пч = 9 938 110 - 2 385 146 = 7 552 964 руб.

Рентабельность услуги:

Ру = Пр / с/с, где

с/с - полная себестоимость;

Ру = 9 855 610 / 1 771 000 = 5,56

Рентабельность продаж:

Рп = Пб / Вр;

Рп = 9 938 110 / 13 230 000 = 0,75

Рентабельность производства:

Рп = баланс.прибыль , где

ОПФ + ОС

ОПФ – производственные фонды;

ОС – оборотные средства;

Рп = 9 938 110 = 7,2

1 380 500

Рентабельность инвестиций:

Ри = баланс.прибыль ;

инвестиции

Ри = 9 938 110 = 5,6

1 771 000

Простой период окупаемости:

По = \_инвестиции\_ ;

чист. прибыль

По = 1 771 000 = 2,3 = 2 года;

7 552 964

Дисконтированный период окупаемости:

Пд = По / Y, где

Y - коэффициент дисконтирования:

Y = 1 t , где

(1+ е)

е = i + r + i \* r, где

i = 12 , r = 10,5;

е = 12 + 10,5 + 12 \* 10,5 = 148,5;

Y = 1 1 = 0,007

(1+ 148,5)

Пд = 2,3 / 0,007 = 2,9 = 3 года.

Определение точки безубыточности аналитическим способом:

Точка безубыточности = постоянные затраты ;

1 изд. – пер.зат.1 изд.

Точка безубыточности = 2 219 040 = 3 832,5 руб.

600 - 21

Список использованных источников

1. Акуленок Д. Н., Буров В. П., Морошкин В. А., Ровиков Щ.Л. Бизнес-план фирмы (комментарий, методика составления, реальный пример), Москва 1998.
2. Котлер Ф., Армстронг Г. и др. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е ев роп. изд. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2000.
3. Маниловского Р. Г. Бизнес-план. Москва, “Финансы и статистика”, 2000
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1998.
5. Попов Н.Н. Бизнес- планирование. Москва – 2000 г.
6. Попова В.М. Финансовый бизнес – план. Москва – 2000 г.
7. Скреба Н.Н., Микулич И.М., Валевич Р.П. Бизнес- планирование в торговле. Методические подходы и практические рекомендации. Минск БГЭУ - 2000 г.
8. Сухова Л.Ф., Чернова. Практикум по разработке бизнес – плана и финансовый анализ предприятия. Москва – 1999 г.

Приложение А

График 1 – Точка безубыточности

Валовая выручка, млн.руб.

13,23

Выручка

2,56

Переменные затраты

**Прибыль**

Точка безубыточности

2,22

**Убытки** Постоянные затраты

0 3,83 281,8

Объем продаж, тыс. часов.

Приложение Б

График 2 – Чистая прибыль предприятия за 2008 год



|  |
| --- |
| Тыс. руб. |

Приложение В

График 3 – Объем продаж за 2008 год

|  |
| --- |
| час |



Приложение Г

Главе города Барнаула

Колганову В.С.

Заявление на открытие предприятия

Сообщаю следующее:

Наименование предприятия \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ф.И.О. руководителя фирмы (ПБОЮЛ) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Р/Сч фирмы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ИНН\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

БИК\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ОКОНХ\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_кор/счет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Юридический адрес: Индекс\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_тел.фирмы/факс\_\_\_\_\_\_\_\_

Сведения о предприятии (объекте) - Наименование\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.1.Специализация\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.2.Отделы предприятия (для магазина)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Местонахождение предприятия (объекта)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

На территории какого РЭУ расположен\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Ф.И.О. руководителя (объекта)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_тел.пред.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_дом.тел.руков.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Сведения о здании, помещении (капитальное, деревянное, типовое, приспособленное, временное\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Общая площадь помещения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_подвал\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

торг.пл.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_подсобные помещ.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_посад.места.\_\_\_\_\_\_\_

5.8.Количество работников (всего)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_в торговом зале\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.9.Наличие вывески (рекламы)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

5.10.Режим работы предроиятия\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Обед\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Выходные дни\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6.Договор на вывоз мусора. С какой организацией заключен договор\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Срок действия договора\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

МП

Подпись руководителя предприятия (объекта)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

# Приложение Д

# Главе города Барнаула

Колганову В.С.

## Заявление

На продление разрешения на работу объекта

### Заявитель\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(название фирмы или Ф.И.О. для физического лица)

### Юридический адрес\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Телефон\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

В лице\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность и Ф.И.О. для юридического лица)

просят продлить действие распоряжения №\_\_\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

на объекте\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

по адресу\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата

Подпись руководителя\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_