Федеральное агентство по образованию

# Рязанский государственный радиотехнический университет

**Кафедра ЭОППП**

**Бизнес-план**

**кафе «Домашние блинчики»**

Выполнила: ст. гр. 371

Друговская Ю.С.

Проверила:

Селиванова Н.В.

Рязань 2006

**Содержание**

###### Введение

1. Резюме

2. Анализ рынка

3. Описание предприятия и предлагаемой продукции

4. Маркетинг

5. Производство

6. Персонал

7. Оценка риска

8. Финансовый план

Заключение

Список использованной литературы

**Введение**

В настоящее время в условиях все более широкого распространения рыночных отношений на предприятиях и в организациях нашей страны бурно протекает процесс совершенствования форм и методов работы. Управление существующими производственными и непроизводственными процессами требует изменения стиля и принципов подготовки и принятия решений.

Одним из таких вопросов является составление бизнес-планов, необходимых для определения перспектив развития предприятий; осуществления структурной перестройки производства; обоснования целесообразности получения банковских кредитов; создания условий для организации рентабельной работы.

Каждый предприниматель, начиная свою деятельность, должен ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

В рыночной экономике предприниматели не смогут добиться стабильного успеха, если не будут четко и эффективно планировать свою деятельность, постоянно собирать и аккумулировать информацию как о состоянии целевых рынков, положении на них конкурентов, так и о собственных перспективах и возможностях.

Важной задачей является проблема привлечения инвестиций, в том числе и зарубежных, в действующие и развивающиеся предприятия. Для этого необходимо аргументировать и обосновать оформление проектов, требующих инвестиций. Для этих и некоторых других целей применяется бизнес-план.

Бизнес-план является одним из первых обобщающих документов обоснования инвестиций и содержит укрупненные данные о планируемой номенклатуре и объемах выпуска продукции, характеристики рынков сбыта и сырьевой базы, потребность производства в земельных, энергетических и трудовых ресурсах, а также содержит ряд показателей, дающих представление о коммерческой, бюджетной и экономической эффективности рассматриваемого проекта и в первую очередь представляющих интерес для участников-инвесторов проекта.

Бизнес-план описывает процесс функционирования фирмы, показывает, каким образом ее руководители собираются достичь свои цели и задачи, в первую очередь повышения прибыльности работы. Хорошо разработанный бизнес-план помогает фирме расти, завоевывать новые позиции на рынке, где она функционирует, составлять перспективные планы своего развития.

1. **Резюме**

Бизнес-план посвящен обоснованию эффективности кафе «Домашние блинчики» в городе Рязани.

Торговля и общепит являются самыми развитыми и в то же время самые динамичными отраслями малого бизнеса в России.

Кафе «Домашние блинчики» создается с целью быстрого и качественного обслуживания посетителей, с максимальным вниманием к нему и предложением наиболее качественных изделий, которые ничем не отличаются от блинчиков домашнего приготовления. В настоящее время изменился темп жизни и многие хозяйки все реже и реже имеют возможность и время для приготовления по настоящему вкусных аппетитных, ароматных блинчиков с разнообразной начинкой.

В будние дни основными посетителями нашего кафе будут студенты, школьники, работники различных организаций. В выходные и праздничные дни наше кафе прекрасно подходит для отдыха всей семьей. Уютный интерьер, приветливый персонал и вкуснейшие блинчики создадут прекрасную, незабываемую атмосферу. Также в нашем кафе можно отметить памятные даты и праздники.

Суть данного проекта заключается в том, чтобы обеспечить население хорошими, качественными, всегда свежими изделиями из теста. Наше предприятие будет заниматься производством и реализацией блинной продукции и сопутствующих товаров. Кафе «Домашние блинчики» предполагает заинтересовать своих будущих клиентов доступными ценами, широким ассортиментом продукции.

В качестве правового статуса выбрано общество с ограниченной ответственностью. Учредителями являются: директор, бухгалтер, технолог с равной долей в уставном капитале.

Для осуществления проекта необходимо:

* Собственный капитал 767000 руб.
* Заемный капитал в 700000 руб. Кредит сроком на 2 года для покрытия затрат по реализации проекта предполагается взять в банке "Русский стандарт" под 17 % годовых.

Предполагается взять в аренду помещение размером 90 кв.м. Договор аренды предусматривает годовую арендную плату в размере 756000 руб. Он заключён на 5 лет с условием дальнейшего его перезаключения (т. е. продления).

Ежемесячная выручка от реализации продукции должна составить 2217220 руб.

Персонал кафе насчитывает 16 человек.

Срок окупаемости проекта равен 1 год 8 месяцев.

**2. Анализ рынка**

В условиях господства рыночных отношений планирование бизнеса теснейшим образом связано с предвидением возможностей сбыта предпринимательского продукта на рынке товаров и услуг. Чтобы прогнозные оценки предпринимателя наиболее соответствовали реальной ситуации будущего спроса и объема продаж, необходимо тщательно исследовать, изучить, проанализировать рынок сбыта предпринимательского продукта, т.е. людей, которые покупают товар предприятия или пользуются его услугами. Необходимо держать под контролем круг потребителей, тогда фирма всегда сможет решить: оставаться ей на рынке или покинуть его. Также необходимо изучить информацию о конкурентах – какие услуги они предлагают, какова цена на услуги и каков круг обслуживаемых клиентов.

В будние дни основными посетителями нашего кафе будут студенты, школьники, работники различных организаций. В выходные и праздничные дни наше кафе прекрасно подходит для отдыха всей семьей. Уютный интерьер, приветливый персонал и вкуснейшие блинчики создадут прекрасную, незабываемую атмосферу. Также в нашем кафе можно отметить памятные даты и праздники.

Так как кафе будет располагаться в центре города, то недостатком такого помещения является непосредственная близость конкурентов, предлагающих аналогичные товары и услуги.

Основными конкурентами нашего кафе являются: кафе «Блинная», кафе «Анна», кафе «Былина», кафе «Приокское».

Детальный анализ конкурентов проводится по следующим критериям:

* месторасположение,
* уникальность,
* качество и стиль интерьера,
* цены,
* ассортимент,
* сервис,
* наличие рекламы.

Сравнительная оценка конкурентов с фирмой ООО «Домашние блинчики» по вышеперечисленным критериям приводится в таблице 1. Оценка критериев производится по 5 - бальной системе.

Таблица 1. Факторы конкурентоспособности

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Факторы*** | ***Кафе «Домашние блинчики»*** | ***Конкуренты*** | | | |
| ***Кафе «Блинная»*** | ***Кафе «Анна»*** | ***Кафе «Былина»*** | ***Кафе «Приокское»*** |
| ***Местоположение*** | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 |
| ***Уникальность*** | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| ***Качество и стиль интерьера*** | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| ***Цены*** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| ***Ассортимент*** | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| ***Сервис*** | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 |
| ***Наличие рекламы*** | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 |
| ***Суммарный балл*** | 35 | 30 | 27 | 34 | 21 |

Итак, по данным таблицы видно, что главными конкурентами являются кафе «Блинная» и кафе «Былина», поэтому наше кафе предполагает заинтересовать своих будущих клиентов доступными ценами, широким ассортиментом, высоким качеством продукции. Также необходимо осуществлять деятельность в области рекламы.

1. **Описание предприятия и предлагаемой продукции**

В связи с тем, что в настоящее время существует огромное количество конкурентов в сфере обслуживания, пристальное внимание следует обратить на месторасположение будущего кафе «Домашние блинчики».

Необходимые условия: нужно, чтобы месторасположение было как можно более удобным для жителей и гостей города – будущих посетителей, но в то же время необходимо учитывать и месторасположение конкурентов, а также стоимость и наличие необходимых площадей в данном районе.

С целью выявления наиболее удачного месторасположения «Блинной» были оценены преимущества и недостатки месторасположения будущего кафе на нескольких центральных улицах города.

Было выявлено, что наиболее выгодным месторасположением будет являться пл. Ленина. Это место выбрано не случайно. Пл. Ленина является постоянным местом большого скопления народа. Достаточно близко расположены учебные заведения, рынок, множество различных офисов. Также сильным местом являются удобные подъездные пути, близость остановки общественного транспорта, достаточно большая парковка для автомобилей клиентов.

Кафе рассчитано на 35 посадочных мест, так же предусмотрена барная стойка. Применяется обслуживание официантами.

У «Домашних блинчиков» будет удобный режим работы, построенный таким образом, что уже с 9 часов утра можно будет полакомиться нашими блинчиками и выпить чашечку – другую горячего кофе или чаю. Кафе будет работать ежедневно без выходных, перерывов и праздников до 11 часов вечера.

Оформление помещения мы будем заказывать в дизайн студии, для того чтобы наше кафе радовало посетителей красотой и изысканностью. У нас будет играть приятная расслабляющая музыка.

Наше предприятие будет заниматься производством и реализацией блинной продукции и сопутствующих товаров. Изделия будут всегда качественными и свежими.

Меню кафе включает помимо различные виды блинов, оладьев, холодные и горячие блюда и закуски, гарниры, сладкие блюда, горячие, холодные и алкогольные напитки. Будут оказываться услуги по проведению праздников, банкетов, юбилеев, торжеств.

Планируется также предоставление сервисных услуг: заказ через Интернет, по телефону, доставка товаров на дом и в офисы.

В настоящее время на рынке услуг существует множество кафе, предоставляющих аналогичные услуги, однако, основным недостатком товаров и услуг у конкурентов являются высокие цены и невысокое качество продукции.

В настоящее время в нашем городе существует множество предприятий общественного питания. Однако мало кто из них реализует продукцию в полном объеме собственного производства.

Блины реализуются в виде полуфабрикатов через торговую сеть, либо продаются в местах большого скопления народа (на рынках) и сервис там соответствующий.

Правда, в последнее время появились так называемые «блины-гриль». Но продаются они остывшими, цены там не маленькие, а качество оставляет желать лучшего.

Так что основными нашими конкурентами могут послужить кафе, пиццерии города, а также всевозможные бары.

Основным преимуществом планируемого кафе «Домашние блинчики» будет являться возможность снижения себестоимости и цен, повышение качества, расширение ассортимента услуг (товаров).

Планируется создать сеть кафе «Домашние блинчики» по всему городу, которые будут представлять широкий ассортимент блюд и услуг.

Наше кафе занимается изготовлением изделий из сдобного дрожжевого и без дрожжевого теста. Блины всегда были на Руси традиционным блюдом, поэтому наши потребители с легкостью определят, что наши блины очень высокого качества. При изготовлении блинов и сопутствующих товаров не будут использованы консерванты и концентраты. Всегда, в любое время года – только свежие, качественные продукты!

В настоящее время потребители стали очень разборчивы. И на это качество мы будем опираться, открывая «Домашние блинчики».

Цена за наши вкусные и качественные блинчики будет довольно не высока.

Нашу «Блинную» отличают следующие важные особенности:

* высокое качество
* традиционная рецептура
* свежесть
* прекрасные вкусовые качества
* низкая цена

Производимые нашей «Блинной» изделия должны пользоваться довольно большой популярностью среди потребителей, т. к., несмотря на огромное количество всевозможных кафе, закусочных и прочих заведений подобного рода, блины практически отсутствуют в предлагаемых ими меню.

##### Пропускная способность зала

##### Пропускная способность зала (N) определена исходя из количества посетителей, которых обслуживает предприятие в течение одного дня. Пропускная способность подразделяется на расчетную (Np) и фактическую (Nф). Расчетная пропускная способность предполагает, что зал будет загружен на 100% всю смену, определяют её по формуле:

Np = Оч\*Р\*Т ,

где Р – количество мест;

Оч – оборачиваемость 1 места в час;

###### Т – время работы зала.

Оч =60/t

где t – время приема пищи 1 посетителя.

t = 30 мин.

Оч = 60/30 = 2

Nр = 2 \* 35 \* 14 = 980 чел.;

Количество посетителей в каждый час работы предприятия определяют по формуле:

 ,

где

Р - количество мест в зале,

С - средний процент загрузки зала,

Оч - оборачиваемость 1 места в час.

N = 2 \* 35 \* 60/100 = 42 чел.

N=2\*35\*70/100=49 чел

N=2\*35\*80/100=56 чел

N=2\*35\*90/100=63 чел

N=2\*35\*100/100=70 чел

Расчет загрузки торгового зала см.табл.2.

Таблица 2. Расчет загрузки торгового зала

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Время работы**  **(в часах)** | **Оборачиваемость 1 места (в час.)** | **Средний процент загрузки торгового зала (%)** | **Количество посетителей**  **(в час)** | **Коэффициент**  **пересчёта блюд (К)** |
| 9-10 | 2 | 60 | 42 | 0,06 |
| 10-11 | 2 | 60 | 42 | 0,06 |
| 11-12 | 2 | 60 | 42 | 0,06 |
| 12-13 | 2 | 60 | 42 | 0,06 |
| 13-14 | 2 | 80 | 56 | 0,073 |
| 14-15 | 2 | 80 | 56 | 0,073 |
| 15-16 | 2 | 70 | 49 | 0,064 |
| 16-17 | 2 | 80 | 56 | 0,073 |
| 17-18 | 2 | 80 | 56 | 0,073 |
| 18-19 | 2 | 90 | 63 | 0,083 |
| 19-20 | 2 | 100 | 70 | 0,092 |
| 20-21 | 2 | 100 | 70 | 0,092 |
| 21-22 | 2 | 90 | 63 | 0,083 |
| 22-23 | 2 | 80 | 56 | 0,073 |
| Итого | | | 763 |  |

Коэффициент пересчёта блюд (К) определяется по формуле:

К = Nчас/Nдень

Nчас – количество потребителей прошедших через торговый зал за 1 час

Nдень – количество потребителей прошедших через торговый зал за день.

Далее определяется коэффициент использования зала (Ки):

Ки = Nf/Np \* 100

Ки = 763/980 \* 100 = 77,9%

1. **Маркетинг**

План маркетинга детально раскрывает политику в области обслуживания и торговли, цен, рекламную стратегию, что позволяет достигнуть планируемых объёмов продаж и занять соответствующее место на рынке. С помощью маркетинга более рационально решаются проблемы обеспечения потребителей необходимыми товарами и услугами с целью получения максимальной прибыли и хороших экономических результатов на товарном рынке.

Первостепенными целями и задачами предприятия являются:

* создание новой «ниши» на существующем сегменте рынка общественного питания г. Рязани;
* окупаемость капитальных вложений;
* получение положительного финансового результата.

Принятие решений в области ценообразования имеет важное значение для маркетинговой стратегии фирмы. Правильное установление цены на реализуемую продукцию оказывает влияние на результаты прибыли от деятельности организации.

При анализе ценообразования будут учитываться:

* себестоимость услуг
* цены конкурентов

При создании нашего кафе будут установлены цены на относительно невысоком уровне, т. е. не выше, чем у конкурентов с целью привлечения максимального числа потребителей.

Ценовая политика фирмы будет строиться на принципе высокое качество - низкая цена, что создаст необходимый спрос на наши услуги в первое время работы предприятия.

Производимую продукцию мы планируем распространять только в своем кафе, а также осуществлять доставку изделий на дом и в офис. Наша продукция не будет распространяться через другие магазины, кафе и столовые.

Для успешного продвижения наших услуг на рынке будут применяться методы стимулирования продаж, которые создадут дополнительные преимущества для нашей фирмы перед конкурентами.

Планируется в течение недели со дня открытия кафе реализовывать продукцию по схеме «1+1=3»: заказывая у нас две порции блинчиков, третью вы получаете бесплатно.

Одним из рычагов может быть усиление рекламной компании и применение необычного приема маркетинга: каждому посетителю мы обеспечим возможность 5 % скидки на наши блины в течение 2 дней со дня последней покупки.

Стимулирование можно производить также с помощью лучшего оформления витрины, скорее, всего это будет красочная фотография, вызывающая аппетит, с соответствующей надписью.

Чтобы покупатель пришел еще раз, нужна продукция высшего качества, дружеская атмосфера общения, открытость, быстрое обслуживание. Следует использовать любую возможность, чтобы показать покупателям, как им рады, как высоко их ценят, как надеются, что они расскажут о продукции пиццерии своим знакомым, - заинтересуются и обязательно придут в кафе.

Кроме того, необходимо стимулировать и персонал фирмы. Работники, способные и умеющие показать товар в выгодном свете, не будут оставлены без внимания со стороны руководителя компании.

В настоящее время реклама играет первостепенную роль в создании имиджа и известности фирмы. Задача рекламной компании - обеспечить посещаемость с первых дней работы кафе, сформировать у потребителя положительный образ о товаре, стимулировать сбыт товара, стремиться привлечь потребителя и сделать его постоянным клиентом организации.

Реклама оказывает комплексное воздействие на потребителя, продвижение товара и обеспечение связей с общественностью. Формирование спроса заключается в том, чтобы сообщить потенциальному покупателю о существовании определенной продукции, потребностях, которые этой продукцией удовлетворяются, предоставить доказательства о высоком качестве товаров и услуг, описать его потребительские свойства. Это позволит максимально снизить барьер недоверия потребителя к продукции комплекса.

Одним из важных направлений является разработка рекламного сообщения. С этой целью необходимо проанализировать рекламные сообщения у конкурентов, определить функции рекламного сообщения, включая передачу информации о товаре, ознакомление потенциальных потребителей с особенностями рекламируемого товара, стимулирование его приобретения.

Предприятием предполагается использовать следующие виды рекламы:

* Щитовая реклама;
* Печать в газетах;
* Реклама по телевидению;
* Реклама на радио;
* Реклама на транспорте.

На здании создаваемой фирмы будет установлен световой щит, сообщающий о новом кафе. В последние недели перед открытием будет осуществлена щитовая реклама на основных дорожных магистралях, на подъезде к новому кафе (с целью привлечения жителей близлежащих районов), подготовлены телевизионный ролик; подготовлены цветные буклеты с красочными фотографиями «Домашних блинчиков» и распространены по почтовым ящикам.

Рекламный бюджет за первый год работы кафе составит 120000 рублей.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что у нас есть довольно перспективная маркетинговая возможность выхода на рынок общественного питания.

1. **Производство**

Предполагается взять в аренду помещение размером 90 кв.м. Договор аренды предусматривает годовую арендную плату в размере 756000 руб. Он заключён на 5 лет с условием дальнейшего его перезаключения (т. е. продления).

Само помещение будет состоять из:

* для посетителей: вестибюль с гардеробом, зал, уборная;
* для производства: подсобно-складское помещение, холодный цех, мучной цех, горячий цех и моечное отделение;

- административные и бытовые: кабинет администрации, гардероб для персонала, душевая и уборная.

К загрузочной площадке должен быть удобный подъезд. Разгружаемые товары отправляются в складские помещения. Из складских помещений (охлаждаемых камер) продукты поступают в доготовочные цеха. Из доготовочных цехов готовые изделия распределяют на раздачу (отпуск). Поступившие полуфабрикаты из складских помещений направляют сразу в доготовочные цеха.

Проектируется создание мучного и горячего цеха, которые будут выполнены одним блоком. В этом цехе будет завершаться технологический процесс: осуществляться тепловая обработка продуктов и полуфабрикатов, приготовление гарниров, соусов некоторых несложных блюд, а также тепловая обработка для холодных и сладких блюд; производиться приготовление горячих напитков, а так же приготовление и порционирование холодных блюд и закусок, сладких блюд.

В цехе созданы благоприятные условия внешней среды: температура воздуха 18-20 0 , относительная влажность 60%. Эти условия создаются путём устройства приточно-вытяжной вентиляции с преобладанием вытяжки. Также установлен кондиционер, который тоже благоприятствует созданию необходимого микроклимата. В цехе имеется искусственное и естественное освещение. Естественное освещение дают окна. Искусственное освещение создают люминесцентные лампы.

В цехе имеется подводка горячей и холодной воды к раковине моечной ванны. Имеется канализация, которая обеспечивает удаление сточных вод.

В цехе предусмотрено: рабочее место для приготовления напитков, рабочее место для приготовления бульонов, рабочее место для тепловой обработки продуктов и полуфабрикатов, рабочее место для приготовления гарниров, место для приготовления холодных блюд и закусок и рабочее место для приготовления мучных блюд.

Так как форма обслуживания в предприятии официантами, раздаточная расположена внутри цеха и имеет удобную связь с торговым залом.

Цех оснащён современным оборудованием в соответствии с нормами оснащения предприятий общественного питания и санитарно-гигиеническими требованиями.

Оборудование подбирается по нормам оснащения предприятий общественного питания. (см.табл.3).

Таблица 3. Необходимое основное и вспомогательное оборудование

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование оборудования | Количество единиц, шт. | Цена за единицу, руб. | Всего, руб. |
| Шкаф холодильный | 1 | 50000 | 50000 |
| Шкаф жарочный | 1 | 30000 | 30000 |
| Печь электрическая | 1 | 10000 | 10000 |
| Сковорода электрическая | 3 | 1000 | 3000 |
| Блинница | 6 | 3000 | 18000 |
| Холодильная витрина | 1 | 30000 | 30000 |
| Тестомеситель | 3 | 6000 | 18000 |
| Кухонный комбайн | 2 | 7000 | 14000 |
| Стол производственный | 3 | 20000 | 60000 |
| Стеллаж передвижной | 1 | 15000 | 15000 |
| Стойка раздаточная | 1 | 10000 | 10000 |
| Кондиционер | 1 | 21000 | 21000 |
| Вытяжка | 1 | 13000 | 13000 |
| Оргтехника | - | 50000 | 50000 |
| Мебель | - | 60000 | 60000 |
| Барная стойка | 1 | 15000 | 15000 |
| Кассовый аппарат | 1 | 5000 | 5000 |
| Электрочайник | 2 | 1500 | 3000 |
| Микроволновая печь | 2 | 5000 | 10000 |
| Кофеварка | 2 | 3000 | 6000 |
| Моечная раковина | 2 | 8000 | 16000 |
| Кухонный инвентарь | - | 18000 | 18000 |
| Столовый инвентарь | - | 16000 | 16000 |
| ИТОГО: |  |  | 491000 |

**6. Персонал**

В качестве правового статуса мы выбрали общество с ограниченной ответственностью. У нас три учредителя: директор, бухгалтер, технолог с равной долей в уставном капитале. Форма собственности - частная.

Всего персонал кафе насчитывает 16 человек. Ниже приведены обязанности руководящего состава предприятия.

Директор:

* организует всю работу предприятия
* несет полную ответственность за его состояние и состояние трудового коллектива
* представляет предприятие во всех учреждениях и организациях
* распоряжается имуществом предприятия
* заключает договора
* поиск поставщиков материала
* сбыт продукции (т.е. поиск клиентов)
* издает приказы по предприятию в соответствии с трудовым законодательством, принимает и увольняет работников
* применяет меры поощрения и налагает взыскания на работников предприятия
* открывает в банках счета предприятия

Технолог:

Несет ответственность за:

* выпуск высококачественной продукции и ее совершенствование
* разработки новых видов продукции
* внедрение в производство новейших достижений науки и техники
* механизации и автоматизации производственных процессов
* соблюдение установленной технологии
* использование новейшей техники и технологии
* осуществляет оперативный контроль за ходом производства
* разрабатывает календарные графики работы
* устраняет причины, нарушающие нормальный режим производства
* осуществляет контроль за комплексностью и качеством готовой продукции
* организует контроль за качеством поступающего на предприятие сырья, материалов, полуфабрикатов и др., так как качество продукции является определяющем в общей оценке результатов деятельности трудового коллектива.

Бухгалтер:

Является также заместителем директора по экономическим вопросам;

* руководит работой по планированию и экономическому стимулированию на предприятии, повышению производительности труда, выявлению и использованию производственных резервов улучшению организации производства, труда и заработной платы
* разрабатывает нормативы для образования фондов экономического стимулирования
* проводит всесторонний анализ результатов деятельности предприятия
* разрабатывает мероприятия по снижению себестоимости и повышению рентабельности предприятия, улучшению использования производственных фондов, выявлению и использованию резервов на предприятии
* осуществляет учет средств предприятия и хозяйственных операций с материальными и денежными ресурсами
* устанавливает результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия
* производит финансовые расчеты с заказчиками и поставщиками, связанные с реализацией готовой продукции, приобретением необходимого сырья, в его задачи также получение кредитов в банке, своевременный возврат ссуд, взаимоотношение с государственным бюджетом.

*Расчёт рабочей силы*

Расчёт рабочей силы производится на основании плана-меню и норм времени для приготовления блюд каждого вида

N1 = (n \* HВР)/ (3600 \* T \* A)

где N- количество работников цеха

n – количество блюд данного вида, приготовляемых по плану-меню

HВР – норма времени в секундах на приготовление одного блюда

T – продолжительность смены одного работника

A – коэффициент, учитывающий рост производительности труда.

Расчёт рабочей силы сводится в таблицу (см.табл. 4)

Таблица 4. Расчет рабочей силы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование | **Ед. изм.** | **Кол-во блюд, реализуемых за день** | **Норма времени на одно блюдо (в сек.)** | **Кол-во** |
| *Блинчики* |  |  |  |  |
| Блинчики русские | бл. | 99 | 180 | 17820 |
| Блинчики украинские | бл. | 99 | 160 | 15840 |
| Блинчики по-царски | бл. | 99 | 180 | 17820 |
| Блинчики  по-мексикански | бл. | 99 | 170 | 16830 |
| Блинчики гречневые | бл. | 99 | 160 | 15840 |
| Блинчики гурьевские | бл. | 99 | 160 | 15840 |
| Блинчики детские | бл. | 99 | 180 | 17820 |
| Блинчики каннелони | бл. | 99 | 200 | 19800 |
| *Салаты* |  |  |  |  |
| Салат «Ассорти» | бл. | 30 | 70 | 2100 |
| Салат «Праздничный» | бл. | 40 | 60 | 2400 |
| Салат «Фруктовый» | бл. | 35 | 80 | 2800 |
| Салат «Весна» | бл. | 35 | 60 | 2100 |
| Салат «Фламинго» | бл. | 40 | 40 | 1600 |
| Салат «Мечта» | бл. | 30 | 50 | 1500 |
| *Горячие блюда* |  |  |  |  |
| Филе миньон | бл. | 10 | 100 | 1000 |
| Плов | бл. | 20 | 100 | 2000 |
| Котлеты банкетные | бл. | 15 | 90 | 1350 |
| Курица  по-министерски | бл. | 10 | 150 | 1500 |
| Цыпленок с баклажанами | бл. | 10 | 160 | 1600 |
| Мясо по-венгерски | бл. | 15 | 150 | 2250 |
| Судак в соусе | бл. | 10 | 140 | 1400 |
| Жаркое в горшочках | бл. | 20 | 130 | 2600 |
| *Гарниры* |  |  |  |  |
| Рис | бл. | 30 | 100 | 3000 |
| Картофель «Фри» | бл. | 35 | 150 | 5250 |
| *Напитки* |  |  |  |  |
| Чай черный |  | 40 | 10 | 400 |
| Чай зеленый |  | 40 | 10 | 400 |
| Кофе |  | 35 | 20 | 700 |
| Итого: | | | | 173560 |

Количество работников, приготавливающих продукцию, составляет:

N1 =173560/(3600 \* 14 \* 1,14 )= 3 человека

Предприятие работает без выходных и праздничных дней, поэтому количество работников составит:

N2 = N1 \* K

где К – коэффициент, учитывающий работу предприятия в выходные и праздничные дни:

K = 1,32 – 1,42

N2 = 3\* 1,42 = 4 человека

Таким образом, в цехе будет работать 4 повара. Режим работы барменов, официантов и поваров, устанавливается два дня через два, без перерывов, с 8.30 до 23.30. Режим работы административно-управленческого персонала с 10.00 до 19.00 с перерывом на обед пять дней в неделю. Водитель работает с 9.00 до 22.00 с перерывом на обед пять дней в неделю, уборщица работает утром (до открытия) и вечером (после закрытия) магазина.

Заработная плата работников фирмы представлена в таблице 5.

Таблица 5. Оплата труда работников кафе «Домашние блинчики»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Должность** | **Число рабочих** | **Оклад, руб.** | **Годовой ФОТ, тыс. руб.** |
| Директор | 1 | 20000 | 240000 |
| Бухгалтер | 1 | 13000 | 156000 |
| Технолог | 1 | 10000 | 120000 |
| Водитель | 1 | 6000 | 72000 |
| Бармен | 2 | 6000 | 144000 |
| Официант | 4 | 6000 | 288000 |
| Уборщица | 1 | 2000 | 24000 |
| Повар | 4 | 7000 | 336000 |
| Гардеробщик | 1 | 4000 | 48000 |
| ИТОГО | 16 |  | 1428000 |

Оборудование и характер работы обуславливает следующие квалификационные требования к работникам:

Таблица 6. Квалификационные требования к работникам

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Должность** | **Образование** | **Качества** | **Опыт работы** |
| Бармен | Среднее специальное или курсы | честность, порядочность, добросовестность, хорошее знание карты вин, знание компьютера, кассового аппарата. | Желателен, но не обязателен. |
| Официант | Среднее специальное или курсы | честность, порядочность, добросовестность, знание компьютера, кассового аппарата. | Желателен, но не обязателен |
| Повар | Среднее специальное | честность, порядочность, добросовестность, умение вкусно и быстро готовить. | Обязателен, не менее 5 лет |
| Водитель | Не важно | честность, порядочность, добросовестность, личный автомобиль. | Обязателен, не менее 3 лет |

Найм сотрудников будет проводиться на конкурсной основе, с учетом личных качеств и опыта работы.

**7. Оценка риска**

Рассмотрим основные возможные риски:

1. Неудовлетворённость потребителя качеством нашей продукции

Необходим постоянный контроль за качеством продукции, изучение предложений поставщиков.

2. Нестабильность поставок сырья

Избежать этого можно путем создания производственных запасов, налаживания контактов с новыми поставщиками.

3. Забастовка рабочих нашей организации

Нужно постоянно контролировать настроение рабочих, свести к минимуму вероятность забастовок.

4. Принятие законов, ущемляющих права производителей, рост инфляции, нестабильность экономической ситуации в России

Здесь практически ничего сделать нельзя, следует воспринимать как данность.

5. Изменение стратегии конкурентов

Необходимо постоянно контролировать данный сектор рынка, в том числе следить за изменениями цен и ассортимента продукции у конкурентов.

**8. Финансовый план**

Для осуществления проекта необходимо:

* Собственный капитал 767000 руб.
* Заемный капитал в 700000 руб. Кредит сроком на 2 года для покрытия затрат по реализации проекта предполагается взять в банке "Русский стандарт" под 17 % годовых.

Рассчитаем выручку от реализации продукции за месяц. (Табл.7)

Таблица 7. Прогноз объемов продаж за один месяц

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование | **Кол-во блюд, реализуемых за день** | **Цена за единицу, руб** | **Выручка в месяц, руб** |
| *Блинчики* |  |  |  |
| Блинчики русские | 99 | 20 | 59400 |
| Блинчики украинские | 99 | 22 | 65340 |
| Блинчики по-царски | 99 | 25 | 74250 |
| Блинчики  по-мексикански | 99 | 25 | 74250 |
| Блинчики гречневые | 99 | 15 | 44550 |
| Блинчики гурьевские | 99 | 18 | 53460 |
| Блинчики детские | 99 | 18 | 53460 |
| Блинчики каннелони | 99 | 28 | 83160 |
| *Салаты* |  |  |  |
| Салат «Ассорти» | 30 | 45 | 40500 |
| Салат «Праздничный» | 40 | 47 | 56400 |
| Салат «Фруктовый» | 35 | 45 | 47250 |
| Салат «Весна» | 35 | 35 | 36750 |
| Салат «Фламинго» | 40 | 40 | 48000 |
| Салат «Мечта» | 30 | 42 | 37800 |
| *Горячие блюда* |  |  |  |
| Филе миньон | 10 | 50 | 15000 |
| Плов | 20 | 40 | 24000 |
| Котлеты банкетные | 15 | 45 | 20250 |
| Курица по-министерски | 10 | 65 | 19500 |
| Цыпленок с баклажанами | 10 | 60 | 18000 |
| Мясо по-венгерски | 15 | 50 | 22500 |
| Судак в соусе | 10 | 55 | 16500 |
| Жаркое в горшочках | 20 | 55 | 33000 |
| *Гарниры* |  |  |  |
| Рис | 30 | 20 | 18000 |
| Картофель «Фри» | 35 | 25 | 26250 |
| *Сладкие блюда* |  |  |  |
| Мороженое в ассортименте | 35 | 20 | 21000 |
| *Напитки* |  |  |  |
| Чай черный | 40 | 10 | 12000 |
| Чай зеленый | 40 | 10 | 12000 |
| Кофе | 35 | 15 | 15750 |
| Сок в ассортименте | 20 | 15 | 9000 |
| Газированные напитки | 10 | 15 | 4500 |
| Минеральная вода | 10 | 10 | 3000 |
| Пиво в ассортименте | 24 | 30 | 21600 |
| Вино 0,75 | 7 | 380 | 79800 |
| Водка 0,5 | 10 | 170 | 51000 |
| Итого: | | | 2217220 |

Амортизация по основным средствам будет начисляться линейным методом. Суммы амортизационных отчислений представлены в таблице 8.

Таблица 8.Суммы амортизационных отчислений по основным средствам.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование оборудования** | **Первоначальная стоимость,**  **руб.** | **Срок службы, лет** | **Ежегодные амортизационные отчисления, руб.** |
| Шкаф холодильный | 50000 | 10 | 5000 |
| Шкаф жарочный | 30000 | 10 | 3000 |
| Печь электрическая | 10000 | 10 | 1000 |
| Холодильная витрина | 30000 | 10 | 3000 |
| Стол производственный | 20000 | 10 | 6000 |
| Стеллаж передвижной | 15000 | 10 | 1500 |
| Стойка раздаточная | 10000 | 10 | 1000 |
| Кондиционер | 21000 | 6 | 3500 |
| Вытяжка | 13000 | 6 | 2167 |
| Оргтехника | 50000 | 4 | 12500 |
| Мебель | 60000 | 10 | 6000 |
| Барная стойка | 15000 | 10 | 1500 |
| **ИТОГО:** |  |  | 46167 |

Предполагаемый результат финансовой деятельности за 1-ый отчётный год будет следующим (Таблица 9).

Таблица 9. Счет прибылей и убытков

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Доходы и расходы по обычным видам деятельности** | **За месяц** | **За год** |
| *Выручка от реализации продукции* | 2217220 | 26606640 |
| *Валовая выручка* | 1879000 | 22548000 |
| Расходы на закупку сырья и ингредиентов | 660917 | 7931004 |
| Оплата коммунальных услуг | 80000 | 960000 |
| Амортизационные отчисления | 3847 | 46167 |
| Расходы на оплату труда | 119000 | 1428000 |
| Арендные платежи | 63000 | 756000 |
| Расходы на возврат кредита | 39083 | 468996 |
| Расходы на рекламу | 10000 | 120000 |
| *Итого: Расходы* | 975847 | 11710167 |
| *Прибыль до выплаты налогов* | 903153 | 10837836 |
| *Налог на прибыль* | 216756 | 2601072 |
| *Чистая прибыль* | 686397 | 8236764 |

*Оценка эффективности проекта:*

Рентабельность продаж определяется по формуле:

Rпр = П / В \* 100%,

где П – чистая прибыль,

В – выручка от реализации продукции.

Таким образом, рентабельность продаж по результатам финансовой деятельности за 1-ый год составит:

8236764 / 26606640 \* 100% = 30,9%

Коэффициент дисконтирования 15%

Дисконтированный доход = 8236764/(1+0,15) + 8236764/(1+0,15)2 =

= 7162404 + 6228177 = 13390581

Срок окупаемости:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Годы** | **0** | **1** | **2** |
| **Поступления** |  | 8236764 | 8236764 |
| **Дисконтированный доход** |  | 7162404 | 6228177 |
| **Затраты** | 12201167 |  |  |
| **NPV** |  | -5038763 | 1189414 |

Доля от года = 5038763/ 6228177 = 0,8

Таким образом, срок окупаемости проекта равен 1 год 8 месяцев.

**Заключение**

В настоящее время ресторанный бизнес развивается достаточно высокими темпами, и кафе всегда будут пользоваться популярностью в народе, т.к. это не только предприятие общественного питания, но и место для отдыха с семьей, друзьями и т.п.

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам, а также расширение ассортимента услуг. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создание положительного имиджа кафе.

В данном бизнес-плане был проведен анализ рынка, конкурентов, составлен план маркетинга, представлен ассортимент, необходимое оборудование, подобран персонал, разработана политика ценообразования, проанализирована целесообразность создания подобной организации с точки зрения рентабельности и прибыльности. В целом все рассчитанные экономические показатели доказывают, что этот проект весьма привлекателен с инвестиционной точки зрения.

**Список использованной литературы:**

1. Бизнес-план. Ч.1: Методические указания к курсовой работе / РГРТА; Сост.: Н.И. Селиванова, О.И. Швайка. Рязань, 2004. 16 с.
2. Бизнес-план. Ч.2: Методические указания к курсовой работе / РГРТА; Сост.: Н.И. Селиванова, О.И. Швайка. Рязань, 2005. 28 с.
3. www.yandex.ru