**Курсовой проект**

по дисциплине:

"Организация и планирование деятельности предприятия"

на тему:

"Бизнес-план частного предприятия"

2007

#### **Содержание**

Введение

Резюме

Технико-экономическое обоснование проекта

Описание продукта

Оценка рынка сбыта

Инвестиционный план

План персонала

Организационная структура

Финансово-экономический анализ

Заключение

Библиографический список

**Введение**

В последнее время в Екатеринбурге открылось столько кофеен, сколько раньше не открывалось и за год. На смену пивным барам пришли кофейни. Кофейня – это предприятие общественного питания, предназначенное для предоставления услуг по продаже различных сортов кофе и кофейных напитков и других сопутствующих товаров.

По оценкам, несмотря на быстрый рост числа кофеен на настоящий момент, Екатеринбургский рынок заполнен лишь на 20-30%. Соответственно, горизонты роста в этом сегменте общепита еще не видны.

Веский довод в пользу открытия кофеен – отсутствие необходимости больших первоначальных вложений (что выгодно отличает эти заведения от ресторанов). Общие затраты на открытие кофейни могут составлять менее 50 тысяч долларов. Отсутствие собственной кухни, характерное для Екатеринбурга, исключает необходимость закупки плит. Соответственно, не требуется и штат поваров. Самый дорогостоящий технологический объект в кофейне – профессиональная кофейная машина.

При этом по оценкам специалистов, кофейни зачастую являются также экономически успешными проектами. Рентабельность их деятельности может достигать 200 процентов и окупаемость составляет один-два года, даже несмотря на ориентацию большинства Екатеринбургских кофеен на средний ценовой уровень. По оценкам московских специалистов, рентабельность одной чашки кофе эспрессо, в зависимости от бренда, может варьироваться в пределах 500-1000%. Одновременно наценка на «кондитерку» достигает 50-200 процентов. И то, и другое, безусловно, определяет интерес капитала к этому сегменту. В связи с этим тема является актуальной.

Цель данной курсовой работы – разработка экономического обоснования целесообразности создания кофейни «Студент».

Задача работы – ближе познакомиться с методикой подготовки и расчета бизнес-плана работы кофейни «Студент»

В рыночной экономике бизнес-план является рабочим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. 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 предприятия.

Бизнес-план является постоянным документом; он систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри фирмы, так и на рынке, где действует фирма.

**Резюме**

Бизнес-план посвящен открытию пункта общественного питания, а именно новой кофейни «Студент» в Мотовилихинском районе г. Екатеринбурга. Данный проект планируется реализовать без образования юридического лица для уменьшения налогообложения и упрощения финансовой отчетности.

Планируемый объем выручки в месяц при достижении производственной мощности будет составлять около 350 тысяч рублей. Производственная мощность по проекту будет достигнута в течение 3-х месяцев.

Общая стоимость проекта составляет 500 тысяч рублей. Планируется, что источником финансирования проекта будет коммерческий банк «Уральский финансовый дом».

Проведенный анализ рынка сбыта показал, что в районе на сегодня эта ниша рынка еще не заполнена, а, следовательно, жесткой конкурентной борьбы не ожидается.

Конкурентоспособность фирмы обеспечивается: удобством расположения, достойными вкусовыми качествами блюд, уровнем качества сервиса, быстротой обслуживания, доступностью цен.

Предлагается ввести американский стиль обслуживания. Одним из важнейших показателей такого стиля является система чаевых, планируется 10% суммы счета приплюсовывать к общей сумме в качестве платы за сервис. Это будут небольшие суммы, но они значительным образом повысят мотивацию труда у официантов, требовательность к качеству обслуживания у клиентов. Будет вырабатываться новая культура потребления, подстегивая рост качества обслуживания. Еще одной отличительной чертой данного кафе-бара будет гибкий график работы.

Персонал фирмы комплектуется из высококвалифицированных работников (особенно это касается шеф-повара и помощника повара, а также официантов). Общая численность наемного персонала – 12 человек.

Срок окупаемости проекта менее года (около 11 месяцев).

# **Технико-экономическое обоснование проекта**

Данный проект планируется реализовать без образования юридического лица для уменьшения налогообложения и упрощения финансовой отчетности.

Для финансирования проекта планируется взять льготный кредит в сумме 500 тысяч рублей сроком на 1 год под 26% годовых в коммерческом банке «Уральский финансовый дом».

Для организации производства требуется приобрести:

* технологическое оборудование (кофемашина, кофемолка, блендер, холодильный и морозильный шкафы, куллер, СВЧ-печь, кондитерская витрина, посудомоечное оборудование, мойка, посуда)
* мебель (столы, стулья, барная стойка);
* произвести небольшой ремонт помещения направленный на улучшение интерьера. Помещение планируется взять на правах долгосрочной аренды.

Основные требования к персоналу – наличие необходимой профессиональной квалификации. Для обеспечения профессионализма работников возможны тренинги. Общее количество создаваемых рабочих мест, включая руководителя – владельца свидетельства на частную предпринимательскую деятельность – 13 человек.

Местом расположения кафе будет г. Екатеринбург, Мотовилихинский район, ул. Студенческая. Это обусловлено тем, что в данном районе существует нехватка подобных заведений. Аренда помещений в данном районе также считается невысокой. В районе расположено множество учебных заведений, поэтому ожидается большой спрос. Целью создания кафе является удовлетворение данного спроса.

Главным преимуществом нового проекта считается удобное расположение (недалеко от учебных заведений), быстрое обслуживание, невысокие цены и качество продукции.

Гардероб

Сан. узел

Кухня

От других кафе Екатеринбурга данный проект будет отличаться тем, что будет использоваться американский стиль обслуживания. Одним из важнейших показателей такого стиля является система чаевых. Планируется 10% суммы счета приплюсовывать к общей сумме в качестве платы за сервис. Это будут небольшие суммы, но они значительным образом повысят мотивацию труда у официантов, требовательность к качеству обслуживания у клиентов. Будет вырабатываться новая культура потребления, подстегивая рост качества обслуживания, что дает огромное преимущество перед конкурентами.

Ориентировочное открытие кафе намечено на март. Так как основными клиентами кафе будут студенты и молодые жители района, было решено дать название кофейне «Студент».

После выхода на производственную мощность планируется арендовать помещение под склад продуктов.

## **Описание продукта**

Упрощенный список продуктов приведен в таблице 1. Номенклатура продуктов по каждому типу составляет от 5 до 15 наименований. Срок выхода на проектную мощность 2 месяца. В кафе планируется продажа элитных сортов товаров.

Таблица 1. Список продуктов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование продукта | Единицы измерения продуктов | Цены (в руб.) |
| Кофе | Чашка | 6,00 |
| Кофе из свежемолотых зерен | Чашка | 25,00 |
| Кофе капучино | Чашка | 25,00 |
| Мороженное | Порция | От 8,00 |
| Коктейли молочные | 250 г | От 10,00 |
| Пирожное | шт. | От 8,00 |
| Бутерброды | шт. | От 8,00 |
| Горячие блюда | порция | От 15,00 |
| Десертные блюда | порция | От 12,00 |
| Вино | бутылка | От 70,00 |
| Пиво | бутылка | От 25,00 |
| Окорока гриль | порция | 35,00 |
| Салаты | порция | От 15,00 |
| Фрукты | 250 г. | От 9.00 |
| Пельмени | Порция | От 14.00 |
| Позы | Порция (3 шт.) | 50,00 |
| Пицца | порция | От 24.00 |
| Суп | 250 г. | От 9.00 |
| Борщ | 250 г. | 10.00 |
| Шампанское | бутылка | От 95,00 |

## **Оценка рынка сбыта**

Анализ будущего рынка сбыта – это один из важнейших этапов подготовки бизнес-планов, и на такую работу нельзя жалеть ни средств, ни сил, ни времени. Опыт показывает, что неудача большинства провалившихся со временем коммерческих проектов, была связана именно со слабым изучением рынка и переоценкой его емкости.

Самыми первыми сведениями, которые могут потребоваться, является информация о:

* потенциальных покупателях;
* положении на рынке и его конъюнктуры.

Анализ необходимо начать с оценки потенциальной емкости рынка, т.е. общей стоимости товаров, которые покупатели определенного региона могут купить за определенный период времени. Она зависит от многих факторов: социальных, национально-культурных, климатических а главное – экономических, в том числе от уровня доходов (или заработков потенциальных покупателей), структуры их расходов (в том числе ссуд, сбережений или инвестиций), темпов инфляции, наличия ранее купленных товаров аналогичного назначения и т.д.

Конечно, сам набор учитываемых факторов зависит от характера самого проекта.

Вторым этапом является оценка потенциальной суммы продаж, т.е. той доли рынка, которую мы надеемся захватить, и соответственно той максимальной суммы реализации, на которую мы можем рассчитывать на наших возможностях.

Третий этап – прогноз объемов продаж. На этом этапе оценивается реальность продажи определенного количества товаров.

При анализе рынка и основных конкурентов определяются размеры (емкость) рынка, степень насыщенности рынка, тенденции изменения этих параметров на ближайшую перспективу, выявляются наиболее перспективные рынки сбыта и обосновываются причины предпочтения, производится анализ и оценка основных конкурентов (обзор рынка кофеен г. Екатеринбурга представлен в таблице 2).

Таблица 2

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Название** | **Адрес, телефон** | **Дата открытия** | **Кол-во посадочных мест** | **Формат** | **Самый популярный вид кофе и его стоимость** |
| **Валида** | Комсомольский пр-т. 7.тел 210–33–93 | 01.06.1999 г. | **80** | Проведение тематических вечеринок, каждые выходные ди-джеи | Эспрессодопио Кимбо» – 60 руб. |
| **Coffe City** | Комсомольский пр‑т, 68,тел: 244–29–91 | 19.12.2003 г. | **80** | Кофе, чай. кондитерские изделия, алкогольные и безалкогольные коктейли, десерты, горячее | Эспрессо «Кофе сити» 38 руб. Хороший выбор моносортов выполненных оригинальным способом приготовления во френч-прессо. |
| **Карина** | Ленина, 73,теп 236–80–44 | октябрь 2004 г. | **40** | Кофе, чай, русская кухня (холодные. горячий закуски), ассортимент спиртных напитков, кондитерские изделия | Кофе Б‑52 – 80 руб.;Эспрессо – 30 руб. |
| **Органза** | Луначарского, 51а. Тел. 220–65–93 | 22.11.2004 г. | **70** | Кофейный дом | Мокачино – 89 руб.:Копучино – крем – 70 руб. |
| **Робертино** | Краснова.16,тел. 210–19–06 | 31.10.2003 г. | **200** | Кофе, чаи, алкогольные напитки, молочные коктели. коктели из мякоти фруктов, дисерты, конд изделия от личного шев – повора, итальянская кухня | Лапе – 50 руб.Карамепьныи капучино – 60 руб.Кофе по турецки 70 руб. |
| **Шоколад** | Ленина. 27,тел. 218–15–22 | 05.11 2004 г. | **30** | Чаи со всего мира. итальянский кофе, королевский горячий шоколад, разнообразие спиртных налитков, конд. изделия Новинка – завтрак в «шоколаде» | Эспрессо – 40 руб.Калучино из Италии -50 руб.Олигарх‑190 руб. |

Сравнительные характеристики основных показателей проекта и фирм-конкурентов представлены в таблице 3.

Таблица 3. Сравнительная таблица

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Качественные характеристики** | **проект кофейни «Студент»** | **Существующие точки общественного питания** |
| **сервис** | Высокий, быстрое обслуживание клиентов | Высокое, но медленное |
| **цены** | Низкие, доступные | Средние, высокие |
| **ассортимент** | Достаточно широкий | Широкий |
| **вкусовые качества блюд** | высокие | высокие |
| **месторасположение** | Удобное | Центр города. |
| **отношение к клиентам** | Доброжелательное | Чаще всего рассчитаны на определенную категорию людей |
| **американский стиль обслуживания** | присутствует | отсутствует |

Значительных сезонных колебаний спроса не предполагается, так как основными потребителями будут люди, работающие в близлежащих зданиях и студенты.

Ценовая политика ориентирована на потребителей со средним уровнем дохода (согласно статистических данных средняя заработная плата по городу Екатеринбурга составляет 7000 рублей).

В силу того, что кофеен подобного уровня в данном районе нет, и ниша, на которую будет ориентировано кафе, практически свободна, серьезной конкурентной борьбы не предполагается.

Кофейня «Студент» будет работать по графику: с понедельника по четверг с 8.00 до 22.00, с пятницы по воскресение с 10.00 до 24.00.

## **Инвестиционный план**

В подготовительный период необходимо выполнить следующий объем работ:

1. получить кредит в коммерческом банке «Уральский финансовый дом»;
2. заключить договор на аренду помещения;
3. закупить необходимое для организации производственного процесса оборудование;
4. произвести ремонт помещения;
5. закупить мебель;
6. произвести подбор персонала;
7. заключить договора на поставку сырья и расходных материалов;
8. получить разрешения на продажу продуктов питания, спиртных напитков и оказание услуг в сфере общественного питания.

Порядок, длительность и стоимость этапов отражены в календарном плане в таблице 4.

Таблица 4. Календарный план

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование этапа** | **Длительность (дней)** | **Дата начала** | **Дата окончания** | **Стоимость этапа (тыс. руб.)** |
| **1.** | Оформление кредита | 15 | 1.02.2006 | 16.02.06 |  |
| **2.** | Заключение договора аренды | 5 | 16.02.2006 | 21.02.2006 |  |
| **3.** | Отделка помещения | 15 | 22.02.2006 | 7.03.2006 | 125 000 |
| **4.** | Покупка оборудования, мебели | 7 | 1.03.2006 | 8.03.2006 | 302 150 |
| **5.** | Заключение договоров на поставку сырья | 10 | 26.02.2006 | 7.03.2006 |  |
| **6.** | Получение разрешений | 18 | 22.02.2006 | 10.03.2006 |  |
| **7.** | Открытие кафе |  | 12.03.2006 |  |  |

Ремонт

Поскольку планируется арендовать цокольный этаж жилого дома, понадобится сделать ремонт помещения. Будут проделаны 2 прохода, снесены и сложены некоторые стены. Затем будут произведены штукатурка всего помещения, побелка потолка, проведена проводка, сделаны помещения под кухню, гардероб, сан узел, будет сделана барная стойка. Для удобства некурящих и проветривания кафе планируется использовать вытягивающий вентилятор. Сумма всех материалов, включая ассигнования на ремонтные работы, составит 125 000 рублей.

Таблица 5. Закупка оборудования

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование оборудования** | **Количество в штуках** | **Цена оборудования в руб.** | **Общая цена в руб.** |
| Барная стойка | 1 | Цена входит в ремонтные работы |
| Стулья | 42, в т. ч. 2 барных | 800 | 35000 |
| Столы | 10 | 2500 | 25000 |
| Гардеробная вешалка | 1 | 1000 | 1000 |
| Люстры | 4 | 2500 | 10000 |
| Музыкальный центр | 1 | 9000 | 9000 |
| Витрина | 1 | 9500 | 9500 |
| Микроволновая печь | 1 | 3500 | 3500 |
| Плита | 1 | 22000 | 22000 |
| Холодильник | 2 | 9000 | 18000 |
| Стол разделочный | 2 | 5000 | 10000 |
| Машина для мойки посуды | 1 | 8000 | 8000 |
| Разделочный аппарат | 1 | 18000 | 18000 |
| Ящики под посуду | 5 | 150 | 750 |
| Подносы | 2 | 600 | 1200 |
| Полки под посуду | 4 | 300 | 1200 |
| Прочие расходы |  | 15000 |
| **Итого** |  | **187 150** |

Затраты на покупку посуды представлены в таблице 6.

Таблица 6. Закупка посуды

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование посуды** | **Количество в штуках** | **Цена посуды в руб.** | **Общая цена в руб.** |
| Тарелка столовая | 80 | 150 | 12000 |
| Тарелка средняя | 80 | 120 | 9600 |
| Тарелка десертная | 80 | 120 | 9600 |
| Набор кастрюль | 3 | 2500 | 7500 |
| Разделочные ножи | 2 набора | 2000 | 4000 |
| Ножи столовые | 80 | 200 | 16000 |
| Набор сковородок | 2 | 2000 | 4000 |
| Вилка | 80 | 50 | 4000 |
| Ложка столовая | 80 | 50 | 4000 |
| Ложка десертная | 80 | 40 | 3200 |
| Ложка чайная | 80 | 40 | 3200 |
| Пепельница | 20 | 60 | 1200 |
| Ваза | 20 | 200 | 4000 |
| Кувшин | 20 | 250 | 5000 |
| Графин под водку | 10 | 250 | 2500 |
| Стопки под водку | 80 | 50 | 4000 |
| Фужеры для вина | 80 | 100 | 8000 |
| Фужеры для воды | 80 | 100 | 8000 |
| Набор солонок | 20 | 50 | 1000 |
| Прочие расходы |  | 15000 |
| **Итого** |  | **125800** |

Общие первоначальные затраты представлены в таблице 7.

Таблица 7. Первоначальные затраты

|  |  |
| --- | --- |
| **Затраты** | **Сумма в рублях** |
| На ремонт | 125 000 |
| Закупка оборудования | 187 150 |
| Закупка посуды | 125 800 |
| **Итого затраты** | **437 950** |

После окончания подготовительного периода открывается кофейня. Срок выхода на проектную мощность определен в 2–3 месяца, в зависимости от стратегии «рекламного наступления». На первоначальном этапе возможно проведение небольших рекламных мероприятий направленных на информирование потенциальных клиентов об открытии новой кофейни в этом районе. Основное требование к этим мероприятиям – целевое направление рекламы при минимуме затрат. Этого можно достичь путем

* размещения рекламных объявлений в учебных заведениях, в холлах офисных и административных зданий, расположенных в этом районе,
* оформлением вывески на фасаде здания, в котором будет размещаться кафе и так далее.

Такого рода мероприятия обеспечат целенаправленность и не требуют значительных финансовых вложений. Размещение подобной рекламы в газетах, как показывает опыт, малоэффективно, так как такая реклама не направлена на конечного потребителя и может оказаться не замеченной среди других рекламных объявлений, а для проведения рекламной компании в других средствах массовой информации (радио, телевидение) требует больших финансовых вложений и значительно увеличит стоимость проекта и срок его окупаемости, к тому же возможность финансирования крупной рекламной компании за счет кредитных средств маловероятно и может создать негативное впечатление о проекте у инвестора.

## **План персонала**

Для обеспечения производственного процесса предусмотрено следующее штатное расписание.

Таблица 8. Персонал

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Должность** | **Кол. (чел.)** | **Заработная плата, в руб.** | **Выплаты** | **Испытательный срок** |
| Повар\* | 1 | 15 000 | Ежемесячно | 3 мес. З/п – 12 000 т.р. |
| Помощник повара\* | 1 | 12 000 | Ежемесячно | 3 мес. З/п – 8 000 т.р |
| Официант\* | 5 | 3 000 | Ежемесячно | 3 мес. |
| Мойщик посуды | 1 | 3 000 | Ежемесячно | - |
| Гардеробщик | 1 | 2 000 | Ежемесячно | - |
| Охранник | 3 | 4 000 | Ежемесячно | - |
| Уборщица\*\* | 1 | 2 000 | Ежемесячно | - |
| Итого заработной платы: | 61 000 |  |  |

\* Для этой категории людей предусмотрен испытательный срок до 3-х месяцев.

\*\*Уборщица будет работать по совместительству дворником.

Подбор персонала планируется осуществлять перед пуском производства с учетом следующих требований:

1. наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;
2. наличие опыта работы на аналогичных предприятиях общественного питания;
3. коммуникабельность, умение работать с клиентами;
4. знание нормативных документов, регламентирующих работу в сфере торговли и общественного питания.

Таблица 9. Обязанности персонала

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Должность** | **Кол. (чел.)** | **Обязанности** |
| Повар | 1 | Приготовление блюд, контроль процесса приготовления еды, соблюдение техники безопасности |
| Помощник повара | 1 | Выполнение указаний шеф-повара |
| Официант | 5 | Принятие заказов от клиентов, обслуживание столов |
| Мойщик посуды | 1 | Мытье посуды, сортировка чистой посуды |
| Гардеробщик | 1 | Обслуживание клиентов в гардеробной |
| Охранник | 3 | Соблюдение порядка, предотвращение конфликтов |
| Уборщица | 1 | Уборка территории вокруг кафе, уборка кафе |

Таблица 10. Фонд заработной платы на 1 месяц

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Фонд заработной платы** | **Во время испытательного срока** | **После испытательного срока** |
| 1 | Заработная плата | 32000 | 41000 |
| 2 | Начисления на заработную плату | 12320 | 15785 |
| ИТОГО | 44320 | 56785 |

Последствия плохого подбора персонала могут быть просто катастрофическими. По этой причине, если услуга фирмы по подбору персонала может показаться высокой, не надо торопиться отказываться.

Предприятие сильно своим персоналом. Грамотные руководители и квалифицированный персонал могут вывести из кризиса даже самое неэффективно работающее предприятие, плохие же – разорить самое процветающее.

**Организационная структура**

Организационная структура кофейни выбрана линейная: плюсы – единоначалие, четкая субординация с конкретным разграничением прав и обязанностей, минусы – необходима большая компетентность руководителя.

Любое предприятие, независимо от формы деятельности, должно прибегать к услугам бухгалтера, юриста, банка, страховой компании. Невозможно работать без этих видов услуг, от их качества зависит успешная деятельность предприятия. Можно пользоваться услугами и торгово-промышленной палаты, программ и фондов содействия развитию малого бизнеса, консультационных и маркетинговых фирм, университетов, школ бизнеса.

Не обязательно пользоваться услугами этих организаций, но может настать минута, когда их знания и опыт будут истинно незаменимы.

Организационная структура управления приведена на рисунке.



Планируемый физический объем продаж приведен в таблице 11.

Таблица 11. Физический объем сбыта (в месяц)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование статьи** | **03/06** | **04/06** | **05/06** | **06/06** | **07/06** | **08/06** |
| Кофе | - | 3600 | 5400 | 7200 | 7200 | 7200 |
| Мороженное | - | 5700 | 8550 | 8550 | 7600 | 6900 |
| Коктейли | - | 2000 | 3600 | 3600 | 4200 | 4200 |
| Пирожное | - | 5550 | 8320 | 11100 | 11100 | 11100 |
| Бутерброды | - | 4970 | 7380 | 9840 | 7000 | 7000 |
| Горячие блюда | - | 43200 | 64800 | 86400 | 86400 | 86400 |
| Десертные блюда | - | 9600 | 14400 | 19200 | 19200 | 19200 |
| Спиртные напитки | - | 72000 | 108000 | 144000 | 144000 | 144000 |
| Пиво | - | 14400 | 21600 | 28800 | 28800 | 28800 |
| Окорочка гриль | - | 5250 | 7800 | 10500 | 10500 | 10500 |
| Салаты | - | 12600 | 18900 | 25200 | 25200 | 25200 |
| Шампанское | - | 500 | 1000 | 1500 | 1500 | 1500 |
|  |  | **179370** | **269750** | **355890** | **354940** | **354240** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование статьи** | **09/06** | **10/06** | **11/06** | **12/06** | **01/07** | **02/07** |
| Кофе | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 |
| Мороженное | 6200 | 5700 | 5700 | 5700 | 6200 | 7200 |
| Коктейли | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Пирожное | 11100 | 11100 | 11100 | 11100 | 11100 | 11100 |
| Бутерброды | 7000 | 7000 | 7000 | 7000 | 7000 | 7000 |
| Горячие блюда | 86400 | 86400 | 86400 | 86400 | 86400 | 86400 |
| Десертные блюда | 19200 | 19200 | 19200 | 19200 | 19200 | 19200 |
| Спиртные напитки | 144000 | 144000 | 144000 | 144000 | 144000 | 144000 |
| Пиво | 28800 | 28800 | 28800 | 28800 | 28800 | 28800 |
| Окорочка гриль | 10500 | 10500 | 10500 | 10500 | 10500 | 10500 |
| Салаты | 25200 | 25200 | 25200 | 25200 | 25200 | 25200 |
| Шампанское | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 |
|  | **353740** | **353240** | **353240** | **353240** | **353740** | **354740** |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование статьи** | **03/07** | **04/07** | **05/07** | **06/07** | **07/07** | **08/07** |
| Кофе | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 | 7200 |
| Мороженное | 11400 | 11400 | 11400 | 7200 | 6900 | 6200 |
| Коктейли | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 | 4200 |
| Пирожное | 11100 | 11100 | 11100 | 11100 | 11100 | 11100 |
| Бутерброды | 7000 | 7000 | 7000 | 7000 | 7000 | 7000 |
| Горячие блюда | 86400 | 86400 | 86400 | 86400 | 86400 | 86400 |
| Десертные блюда | 19200 | 19200 | 19200 | 19200 | 19200 | 19200 |
| Спиртные напитки | 144000 | 144000 | 144000 | 144000 | 144000 | 144000 |
| Пиво | 28800 | 28800 | 28800 | 28800 | 28800 | 28800 |
| Окорочка гриль | 10500 | 10500 | 10500 | 10500 | 10500 | 10500 |
| Салаты | 25200 | 25200 | 25200 | 25200 | 25200 | 25200 |
| Шампанское | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 | 1500 |
|  | **358940** | **358940** | **358940** | **354740** | **354240** | **353740** |

## **Финансово-экономический анализ**

План по рискам. В предпринимательской деятельности всегда существует опасность того, что цели, поставленные в плане, могут быть полностью или частично не достигнуты.

Из всего перечня рисков особое внимание уделяется финансово-экономическим рискам, классификация и влияние которых отражены ниже.

Таблица 12.Финансово-экономические риски

|  |  |
| --- | --- |
| **Виды рисков** | **Отрицательное влияние на прибыль** |
| Неустойчивость спроса | Падение спроса с ростом цен |
| Появление альтернативного продукта | Снижение спроса |
| Снижение цен конкурентов | Снижение цен |
| Увеличение производства у конкурентов | Падение продаж или снижение цен |
| Рост налогов | Уменьшение чистой прибыли |
| Платежеспособность потребителей | Падение продаж |
| Рост цен на сырье, материалы, перевозки | Снижение прибыли из-за роста цен |
| Зависимость от поставщиков, отсутствие альтернативы | Снижение прибыли из-за роста цен |
| Недостаток оборотных средств | Увеличение кредитов |

Для начала производственной деятельности необходимо рассчитать общую потребность в оборотных средствах – совокупный норматив оборотных средств – определяется суммированием частных нормативов по их элементам. Предполагается взять кредит на сумму 500 тысяч рублей под 26% годовых.

Главным источником кредитования будет коммерческий банк «Уральский финансовый дом».

График платежей по кредиту: выплаты процентов по кредиту и ежемесячный взносы представлены в таблице 12.

Таблица 12. Условия предоставления кредита

|  |
| --- |
| Сумма кредита: 500 000 руб.Срок: 12 мес.Месяц выдачи кредита: февраль 2006Процентная ставка: 26% |
| № | График платежей | Ежемесячный взнос: 47765 из этого: | Сальдо |
| Проценты | Возврат капитала |
| 1 | 03/2006 | 10833 | 36932 | 463068 |
| 2 | 04/2006 | 10033 | 37732 | 425336 |
| 3 | 05/2006 | 9216 | 38549 | 386787 |
| 4 | 06/2006 | 8380 | 39385 | 347402 |
| 5 | 07/2006 | 7527 | 40238 | 307164 |
| 6 | 08/2006 | 6655 | 41110 | 266054 |
| 7 | 09/2006 | 5765 | 42001 | 224054 |
| 8 | 10/2006 | 4854 | 42911 | 181143 |
| 9 | 11/2006 | 3925 | 43840 | 137303 |
| 10 | 12/2006 | 2975 | 44790 | 92513 |
| 11 | 01/2007 | 2004 | 45761 | 46752 |
| 12 | 02/2007 | 1013 | 46752 | 0 |
|  | ИТОГО: | 73 181 | 500 000 |  |

Таблица 13. Расходы по приобретению продуктов

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование статьи** | **03/06** | **04/06** | **05/06** | **06/06** | **07/06** | **08/06** |
| Кофе | - | 1200 | 1800 | 2400 | 2400 | 2400 |
| Мороженное | - | 2160 | 3240 | 3240 | 3240 | 3240 |
| Коктейли | - | 1200 | 1800 | 2400 | 2400 | 2400 |
| Пирожное | - | 5280 | 7920 | 10560 | 10560 | 10560 |
| Бутерброды | - | 2640 | 3960 | 5280 | 5280 | 5280 |
| Горячие блюда | - | 28944 | 43416 | 57888 | 57888 | 57888 |
| Десертные блюда | - | 3200 | 4800 | 6400 | 6400 | 6400 |
| Спиртные напитки | - | 36000 | 54000 | 72000 | 72000 | 72000 |
| Пиво | - | 7200 | 10800 | 14400 | 14400 | 14400 |
| Окорочка гриль | - | 4594 | 6891 | 9188 | 9188 | 9188 |
| Салаты | - | 2772 | 4158 | 5544 | 5544 | 5544 |
| Шампанское | - | 375 | 750 | 1125 | 1125 | 1125 |
| ИТОГО: | **95 565** | **143 535** | **190 425** | **190 425** | **190 425** |

В таблице 13 отражены расходы по отдельным видам товаров по оптовым ценам плюс в цену товара включается затраты на электроэнергию. В виду специфики работы кафе – эти затраты будут увеличиваться (или уменьшаться) в зависимости от спроса.

В таблице 14 отражен бюджет по прибыли и убыткам на период с открытия кафе (март 2006 г.) по август 2007 г. В феврале 2007 года по проекту предусматривается полное погашение кредита.

Таблица 14. Бюджет по прибыли (и убыткам), в рублях

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **04/06** | **05/06** | **06/06** | **07/06** | **08/06** | **09/06** |
| Объем продаж | 179370 | 269750 | 355890 | 354940 | 354240 | 354240 |
| Прямые издержки, всего | 83850 | 143535 | 190425 | 190425 | 190425 | 190425 |
| Валовой доход | 95520 | 126215 | 165465 | 164515 | 163815 | 163815 |
| Косвенные издержки | 49200 | 50200 | 51200 | 59200 | 59200 | 59200 |
| – З/п персонала | 34000 | 34000 | 34000 | 41000 | 41000 | 41000 |
| – аренда | 13200 | 13200 | 13200 | 13200 | 13200 | 13200 |
| – проч. издержки | 2000 | 3000 | 4000 | 5000 | 5000 | 5000 |
| Валовая прибыль | 46320 | 76015 | 114265 | 105315 | 104615 | 104615 |
| Возврат кредита | 47765 | 47765 | 47765 | 47765 | 47765 | 47765 |
| Итого: | -1445 | 28250 | 66500 | 57550 | 56850 | 56850 |
| Налоги | 12410 | 16082,5 | 21055 | 22446,5 | 22355,5 | 22355,5 |
| – Единый социальный налог | 12410 | 12410 | 12410 | 14965 | 14965 | 14965 |
| – Подоходный налог с прибыли частного предпринимателя | 0 | 3672,5 | 8645 | 7481,5 | 7390,5 | 7390,5 |
| Чистая нераспределенная прибыль | -1445 | 24577,5 | 57855 | 50068,5 | 49459,5 | 49459,5 |
| То же нарастающим итогом | -1445 | 23132,5 | 80987,5 | 131056 | 180515,5 | 229975 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **10/06** | **11/06** | **12/06** | **01/07** | **02/07** | **03/07** |
| Объем продаж | 354240 | 354240 | 354240 | 354240 | 354240 | 354240 |
| Прямые издержки, всего | 190425 | 190425 | 190425 | 190425 | 190425 | 190425 |
| Валовой доход | 163815 | 163815 | 163815 | 163815 | 163815 | 163815 |
| Косвенные издержки | 59200 | 59200 | 59200 | 59200 | 59200 | 59200 |
| – З/п персонала | 41000 | 41000 | 41000 | 41000 | 41000 | 41000 |
| – аренда | 13200 | 13200 | 13200 | 13200 | 13200 | 13200 |
| – проч. издержки | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 |
| Валовая прибыль | 104615 | 104615 | 104615 | 104615 | 104615 | 104615 |
| Возврат кредита | 47765 | 47765 | 47765 | 47765 | 47765 | 47765 |
| Итого: | 56850 | 56850 | 56850 | 56850 | 56850 | 56850 |
| Налоги | 22355,5 | 22355,5 | 22355,5 | 22355,5 | 22355,5 | 22355,5 |
| – Единый социальный налог | 14965 | 14965 | 14965 | 14965 | 14965 | 14965 |
| – Подоходный налог с прибыли частного предпринимателя. | 7390,5 | 7390,5 | 7390,5 | 7390,5 | 7390,5 | 7390,5 |
| Чистая нераспределенная прибыль | 49459,5 | 49459,5 | 49459,5 | 49459,5 | 49459,5 | 49459,5 |
| То же нарастающим итогом | 279434,5 | 328894 | 378353,5 | 427813 | 477272,5 | 526732 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **04/07** | **05/07** | **06/07** | **07/07** | **08/07** |
| Объем продаж (всего) | 354240 | 354240 | 354240 | 354240 | 354240 |
| Прямые издержки, всего | 190425 | 190425 | 190425 | 190425 | 190425 |
| Валовой доход | 163815 | 163815 | 163815 | 163815 | 163815 |
| Косвенные издержки | 59200 | 59200 | 59200 | 59200 | 59200 |
| – З/п персонала | 41000 | 41000 | 41000 | 41000 | 41000 |
| – аренда | 13200 | 13200 | 13200 | 13200 | 13200 |
| – прочие издержки | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 | 5000 |
| Валовая прибыль | 104615 | 104615 | 104615 | 104615 | 104615 |
| Возврат кредита | 47765 | 47765 | 47765 | 47765 | 47765 |
| Итого: | 56850 | 56850 | 56850 | 56850 | 56850 |
| Налоги | 22355,5 | 22355,5 | 22355,5 | 22355,5 | 22355,5 |
| – Единый социальный налог | 14965 | 14965 | 14965 | 14965 | 14965 |
| – Подоходный налог с прибыли частного предпринимателя. | 7390,5 | 7390,5 | 7390,5 | 7390,5 | 7390,5 |
| Чистая нераспределенная прибыль | 49459,5 | 49459,5 | 49459,5 | 49459,5 | 49459,5 |
| То же нарастающим итогом | 576191,5 | 625651 | 675110,5 | 724570 | 774029,5 |

Таблица 15. Финансовый план, в рублях

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Наименование показателя** | **04/06** | **05/06** | **06/06** | **06/07** |
| 1 | Поступление выручки | 179370 | 269750 | 355890 | 354940 |
| 2 | Поступление кредитных средств | 62050 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | Итого поступления | 241420 | 269750 | 355890 | 354940 |
| 4 | Платежи на сторону всего | 157225 | 220582,5 | 272445 | 273836,5 |
|  | в том числе |  |  |  |  |
| 4.1. | расчеты с поставщиками | 83850 | 143535 | 190425 | 190425 |
| 4.2. | Реклама | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4.3. | Аренда | 13200 | 13200 | 13200 | 13200 |
| 4.4. | процент по кредиту, |  |  |  |  |
|  | возврат кредита | 47765 | 47765 | 47765 | 47765 |
| 4.5. | Единый социальный налог | 12410 | 12410 | 12410 | 14965 |
| 4.6. | подоходный налог | 0 | 3672,5 | 8645 | 7481,5 |
| 5 | Баланс платежей | 84195 | 49167,5 | 83445 | 81103,5 |

Анализ и планирование движения денежных средств составляет основу успешной деятельности, поскольку одной из основных задач как предпринимателя является поддержание текущей платежеспособности предприятия. Если в проекте отчета о прибылях и движение денежных средств, определяется, когда конкретно и сколько денег поступит, или будет уплачено по счетам поставщиков продукции или кредиторов, чтобы обеспечить нормальную деятельность предприятия. Внимательный и аккуратный анализ планируемых поступлений и расходов поможет наиболее оптимально привлекать кредиты или, наоборот, выгодно вкладывать временно свободные денежные средства.

Когда планируется движение денежных средств необходимо иметь четкое представление об основных его потоках, то есть о том, кто, когда, кому и сколько должен заплатить, как это оговорено заключенными контрактами. Налоговым законодательством и другими документами.

Прежде всего, необходимо установить конкретные источники поступления денег: выручка от реализации товаров и услуг; авансы. Полученные от покупателей; средства, полученные от финансовых вложений и продажи ценных бумаг; средства, полученные от продажи части основных средств и оборудования; кредиты и займы; новые инвестиции и т.п.

В такой план необходимо включать только реальные поступления и расходы. Планируемые на каждый конкретный период времени. Это должны быть фактически выплачиваемые деньги, а не обязательства. Которые приняты на себя сейчас, для того, чтобы заплатить по ним в будущем. Эти обязательства отражаются в проекте отчета о финансовых результатах деятельности и в балансе.

Необходимо составить таблицу плановых показателей движения денег по месяцам первого года и кварталам второго и третьего года, примерно так, как составлялся проект отчета о финансовых результатах деятельности и необходимыми комментариями. В дальнейшем, возможно, сравнить плановые показатели с фактическими, что поможет вовремя выявить возможные отклонения, проанализировать причины их возникновения и предпринять адекватные ответные меры.

Конечно, такие детали, которые содержатся в отчете о движении денежных средств предприятия, могут раскрыть как сильные, так и слабые стороны деятельности фирмы. Поэтому, информация носит конфиденциальный характер, то желательно позаботиться о том, чтобы не было ее утечки.

**Анализ безубыточности**

Анализ безубыточности помогает определить тот минимально необходимые объем реализации продукции. При котором, предприятие покрывает свои расходы и работает безубыточно, не давая прибыли, но и не неся убытков. Задавая этот уровень или, как иногда говорят, «точку безубыточности», возникает задача, от успешного решения которой напрямую зависит прибыльность или убыточность деятельности предприятия.

Для предприятий, производящих и реализующих один продукт, расчет точки безубыточности может быть довольно простым, но этот же расчет для предприятий, производящих и реализующих несколько продуктов, оказывается довольно сложным, но в принципе точка безубыточности для кафе будет равняться.

Как уже отмечалось выше, когда обсуждались показатели, входящие в отчет о финансовых результатах деятельности предприятия, постоянные (фиксированные) расходы представляют собой неизменные, не зависящие от уровня реализации продукции затраты. Эти расходы должны быть оплачены, даже если предприятие не получит никакого дохода. К ним относятся: расходы на заработную плату штатного персонала, на аренду, отдельные виды налогов (например, на фонд оплаты труда) и обязательных платежей в бюджет (отчисления в пенсионный фонд, в фонд занятости и т.п.), выплата процентов по кредитам и займам. А также различного рода «скрытые расходы», например амортизация.

Переменные расходы связаны непосредственно с объемом реализованной продукции. Он включают в себя затраты на производство, закупку и реализацию продукции. Переменную часть затрат на рабочую силу, а также комиссионные от реализации и т.п.

В случае если заранее невозможно сказать, какими будут суммарные переменные расходы в абсолютном денежном выражении. При расчете безубыточности возможно использовать относительную величину валовой прибыли ВПр (%), выраженную в процентах от объема реализации продукции:

ВПР (%) = ПсР/ОбРбу = 59200/269625.

Проведем расчет уровня безубыточности на основании данных, полученных из проекта отчета о финансовых результатах деятельности фирмы к концу первого года.

Рассчитываем точку безубыточности:

ОбРбу = ПсР/ВПр (%)=59200/27,33% = 269 624.

Запас финансовой прочности составляет 84615 рублей, что в процентном соотношении к общим расходам составляет 31,38%.

Итак, минимальный объем реализации, при котором кофейня будет работать без убытков, но и без прибыли составляет 269624 рубля.

Анализ безубыточности проводился на момент выхождения на полную производственную мощность.

Таблица 16. Ценовая политика предприятия

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Постановка вопроса при исследовании объекта или метод его анализа | Характеристика и оценка фактического состояния дел | Прогноз положения дел, оценка его показателями и действия по его улучшению |
| 1. | Насколько цены отражают издержки вашего предприятия, конкурентоспособность товара, спрос на него | В полной мере. Уровень издержек ниже среднерыночных | Сохранится в полной мере. Постоянный анализ структуры издержек. |
| 2. | Какова вероятная реакция на повышение (понижение) цены? | Спрос эластичен, снижение цены ведет к росту объемов продаж. | При сохранении качества товара, «эластичность» стремится к 1. |
| 3. | Как оценивают покупатели уровень цен на товары вашего предприятия? | Уровень цен приемлем | При сохранении качества товара, цена станет вторичным критерием. |
| 4. | Как относятся покупатели к установленным ценам?\* | Положительно | Положительно, даже при увеличении в случае обоснованности. |
| 5. | Используются ли предприятием (фирмой) политика стимулирующих цен? | Не предусматривается | Возможна, при ужесточении конкуренции. |
| 6. | Используется ли предприятием политика стандартных цен? | Используется на начальном этапе. | При стабильном экономическом положении предполагается установить гибкую систему ценообразования. |
| 7. | Как действует предприятие, когда конкуренты изменяют цены? | Проводится анализ конъюнктуры рынка, определяются возможные причины подобных действий конкурентов, принимаются меры для снижения возможных потерь. | Аналогичные действия, и, кроме того, могут проводиться переговоры с конкурентами. |
| 8. | Будут ли известны ли цены на товары вашего предприятия потенциальным покупателям? | Да, будут указаны в рекламе. | Предполагается рассылка рекламных проспектов с указанием цен постоянным клиентам, а так же потенциальным клиентам. |

\* эти данные получены на основании маркетинговых исследований конкурентов.

**Заключение**

Исходя из представленных данных, можно сделать следующие выводы:

* в планируемом периоде (2006 г.) имеет место рост объемов производства на 30%;
* для успешной работы кофейни «Студент» необходим кредит на сумму 500000 руб.;
* норматив оборотных средств, в динамике, увеличивается, что объясняется ростом объемов выпуска продукции в 2006 и 2007 гг. и ростом индекса цен;
* себестоимость выпуска также увеличивается, хотя себестоимость единицы продукции не изменяется, что объясняется ростом заработной платы по истечению испытательного срока сотрудников кафе;
* сущность политики кафе заключается в вытеснении конкурента за счет качественного сервиса и обслуживания (у конкурентов в большинстве случаев сервис отсутствует). Ценовая политика рассматривается в таблице 16;
* линейная организационная структура данного предприятия достаточно эффективна и для этого проекта она наиболее оптимальная (по количеству работающих сотрудников);
* финансовый риск проекта небольшой, так как эта отрасль народного хозяйства быстро окупаемая, хотя такой фактор, как повышение арендной платы учитывается.

В целом реализация проекта по созданию точки общественного питания (кофейня «Студент») экономически целесообразна. В будущем способно своевременно погашать свои обязательства перед кредиторами за счет средств, находящихся на расчетном счете, т. к. предприятие планирует получать устойчивую прибыль.

**Библиографический список**

1. Налоговый Кодекс РФ. Ч. 1.
2. Налоговый Кодекс. Ч. 2.
3. Постановление правительства РФ от 5.08.92 №552 «Об утверждении положения о составе затрат по производству и реализации продукции, включаемых в себестоимость и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли».
4. Аникеев С.А. Методика разработки плана маркетинга. Сер. «Практика маркетинга» – М.: Форум, Информ-Студио, 2004. – 128 с.
5. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом – М.: Финансы и статистика, 2005. – 384 с.
6. Берл Густав и др. Мгновенный бизнес-план. Двадцать быстрых шагов к успеху / Пер. с англ./. – М.: Дело ЛТД, 2007. – 183 с.
7. Бизнес-план. Методические материалы. Под редакцией профессора Р.Г. Маниловского. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 156 с.
8. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха. – М.: АО Интерэксперт, Экономика, 2005 – 166 с.
9. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2006 –160 с.
10. Горохов Н.Ю., Малев В.В. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ. – М.: Информационно-издательский дом Филинъ, 2004 – 208 с.
11. Грибалев Н.П., Игнотов И.П. Бизнес-план. Практическое руководство по составлению. С. Петербург: Белл, 2006 – 203 с.
12. Ковалев В.В. Анализ финансового состояния и прогнозирование банкротства. – С. Петербург, 2005 – 250 с.
13. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2004 – 734 с.
14. Липсиц И.В. Бизнес-план – основа успеха. – М.: Машиностроение, 2002 – 80 с.
15. Пелих А.С. Бизнес-план. – М.: Ось –89, 2006. – 96 с.
16. Сухова Л.Ф. и др. анализ финансового состояния потребительской кооперации. Учебно-практическое пособие. – Ставрополь: БУПК СКИ, 2005. –33 с.
17. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Методические указания по выполнению курсовой работы по курсу «Менеджмент» для студентов, обучающихся по специальности 061100 «Менеджмент» – Ставрополь: ЦНТИ, 2006. – 59 с.
18. Трубицин В.А. Успех и бизнес-план. – Ставрополь: ГП ИТФ Ставрополье, 2007. – 174 с.