

Департамент образования города Москвы
Восточное окружное управление образования
Открытая(сменная) общеобразовательная школа №77

Бизнес-план, как одна из основ создания фирмы.

Работу выполнила:

Аксёнова Софья
ученица 10 «А» класса

Руководитель проекта:

Завершинская Неонила Андреевна
педагог-организатор

Москва 2011.

Цель: изучить роль бизнес-плана, в создании фирмы.

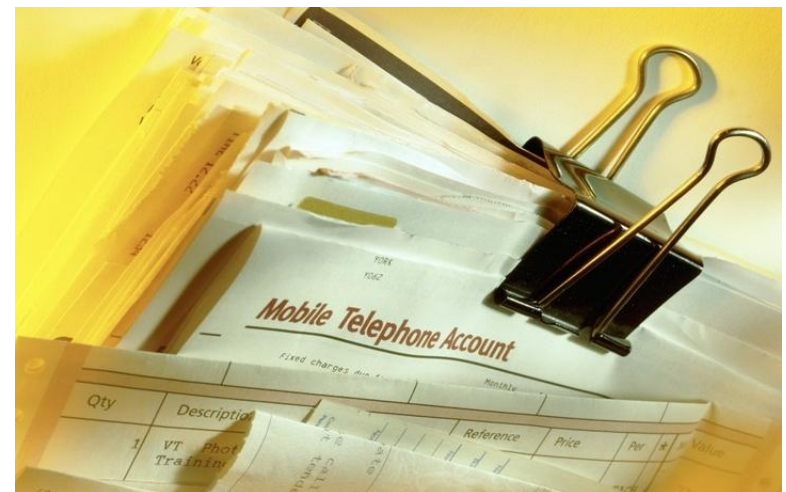


Бизнес-планирование.

Бизнес план - это именно то, с чего необходимо начинать любой успешный бизнес-проект. Это требуется как для общего увеличения КПД предприятия, так и для развития и планирования повышения отдачи от каждого отдельно взятого сотрудника. И именно для этого составляется бизнес-план, являющийся важнейшим фактором в успешной работе предприятия.



Для начинающего предпринимателя бизнес-план, это по сути, всё, чем он может привлечь внимание инвесторов. Уровень составления бизнес-плана становится показателем надёжности предпринимателя и его дела.



Основные задачи, которые определяет бизнес-план :

- 1) оценка степени жизнеспособности бизнес-идеи;
- 2) снижение риска открытия нового бизнеса;
- 3) привлечение интереса потенциальных инвесторов (спонсоров, кредиторов);
- 4) взгляды на организацию и рабочую среду



Особенности составления бизнес-плана.

- Определение источников нужной информации.
- Определение целей по подготовке.
- Определение своих целевых читателей.
- Установление общей структуры создаваемого документа.
- Сбор информации.
- Написание бизнес-плана.



Структура бизнес-плана.

- титульный лист; резюме; оглавление;
- описание услуг;
- описание дел в отрасли; товарные рынки;
- оценка и выбор конкурентной стратегии;
- производственный план;
- план маркетинга;
- организационный план;
- финансовый план и оценка риска;
- план исследований и разработка.



Бизнес-план фирмы имеет два уровня значимости: внутренний и внешний.

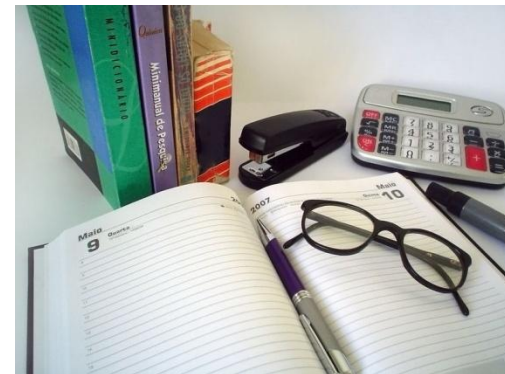
- ▣ **Внутренний смысл** бизнес-плана состоит:
 - в постановке задач фирмы;
 - в определении путей их решения.
- ▣ **Внешний смысл** бизнес-плана состоит в создании документа, отражающего состояние предпринимательской фирмы.



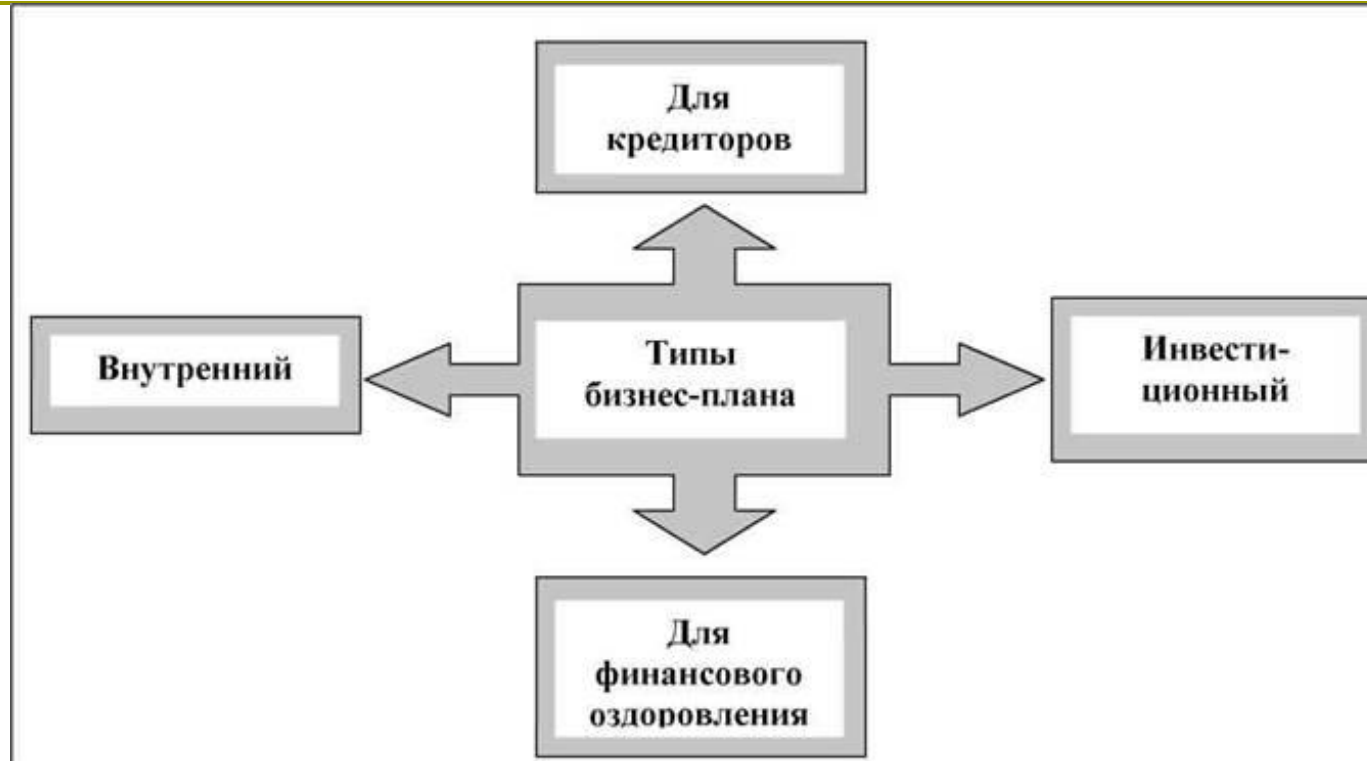
Разработка бизнес-плана.

В бизнес-плане можно выделить **две части**: аналитическую и практическую.

- В *аналитической части* бизнес-плана
 - дается обоснование платежеспособного спроса на продукцию (услуги, работы);
 - анализируются возможности рынка (уровень цен, конкуренты, каналы движения продукции, регулирующие нормативы, особенности спроса со стороны разных категорий покупателей).
- В *практической части* бизнес-плана содержится разнообразная информация о том, каким образом фирма намерена реализовать намеченные цели:
 - – план производства;
 - – коммерческий план;
 - – организационный план;
 - – юридический план;
 - – оценка риска и страхование;
 - – финансовый план.



Типы бизнес-планов.



Оформление и стиль бизнес- плана.

- Предложения должны быть короткими , ясными, чёткими, энергичными.
- Бизнес- план должен включать только относящуюся к делу информацию.
- Не стоит увлекаться общими рассуждениями, экскурсами в чистую теорию или области, не связанные с данным бизнесом.
- Идеи, представленные в бизнес- плане, не должны быть чрезмерно амбициозными.
- Очень помогает уяснение положений плана использование фотографий, диаграмм, графиков, таблиц. Умелое применение этих средств существенно повышает впечатление о бизнес- плане.
- Необходимо позаботиться о чёткой структуре плана. Материал должен разделён на короткие, хорошо выделенные параграфы.
- Нужно особо выделять основные предложения бизнес- плана, его главные выводы.
- Не стоит утяжелять основные разделы бизнес- плана различной объёмной информацией.
- При составлении бизнес- плана нельзя забывать о таком важном принципе, как гибкость планирования.
- Общий объём бизнес- план может быть назван приемлемым, если он не превышает 100 страниц.



Цель проекта: Оказание качественных услуг общественного питания для посетителей со средним уровнем доходом.

- ▣ **Спрос:** Ежегодно строится большое количество офисных площадей, работники которых нуждаются в полноценных бизнес-ланчах, да и деловые переговоры удобно проводить за чашечкой ароматного кофе. По вечерам заведение может обслуживать отдельных посетителей и проводить банкеты.
- ▣ **Площадь помещения** на 40 посадочных мест должна составлять от 200 кв.м.
- ▣ Помещение будет расположено в той части города, где находится большое количество гос. учреждений и офисов, банки, учебные заведения и объекты культурного назначения.
- ▣ **Персонал.** Численность персонала – 17-19 человек (2 повара, 2 подсобных рабочих, 2 администратора, 6-8 официантов, 2 бармена, 1 управляющий, 1 бухгалтер, 1 уборщица). Рекомендуемая оплата труда – сдельно-премиальная.

Финансовая часть.

- ▣ **Оборудование.** Набор включает в себя: холодильную камеру, плиту, жарочный шкаф, 2 разделочных стола, мойки на общую сумму от 300 тыс. руб.
- ▣ **Оформление интерьера** составит от 150 тыс. руб.
- ▣ **Мебель для зала** (барная стойка, столы, стулья, вешалки, муз. центр, телевизор и т.п.) – от 350-400 тыс. руб.
- ▣ **Посуда** – от 40 тыс. руб.
- ▣ **Продукты.** Стоимость будет зависеть от предлагаемого меню, ~ от 250-400 тыс. руб.
- ▣ **Фонд оплаты труда (включая отчисления в соц. фонды)** ~300 тыс. руб.
- ▣ **В расходы также войдут:** оплата коммунальных услуг, охраны, программного обеспечения, прочих хозяйственных расходов.
- ▣ **Доход.** Средний чек кафе демократичного уровня составляет 350 руб. в дневное время и 1,2-1,5 тыс. - в вечернее время. Ежемесячный доход – от 1,2 млн. руб.
- ▣ **Продвижение кафе (реклама)** – 10 000 рублей в месяц.

▣ СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ ПРОЕКТА

- Высокий уровень мотивации руководящих сотрудников.
- Планируется предоставление обслуживания на достойном уровне
- Расположение кафе – бара в центре города при хорошей транспортной и пешеходной доступности.
- Продуманная маркетинговая политика.



Список использованной литературы.

- Румянцева- «Менеджмент и организации».
- Альберт, Мескон, Хидоури- «Основы менеджмента».
- Алексеева М.М., Планирование деятельности фирмы – Москва, 2003г.
- Андреев А.Ф., Гришина Н.В., Основы менеджмента. Учебное пособие. и др. - М., ООО «Юрайт», 1999.
- Видяпина В.И., «Бакалавр экономики» - Триада, 1999г.
- Виханский О.С., «Стратегическое управление» - Москва, 1998 г.
- Гольдштейн Г., Основы менеджмента – Таганрог, 1999
- Градова А.П.Кузина Б.И., Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой - СПб.: Специальная литература,1996г..
- Клифф Боуменн, Стратегический менеджмент – Питер, 2003
- В. М. Попов «Бизнес-планирование: анализ ошибок, рисков и конфликтов»



Благодарю за внимание!