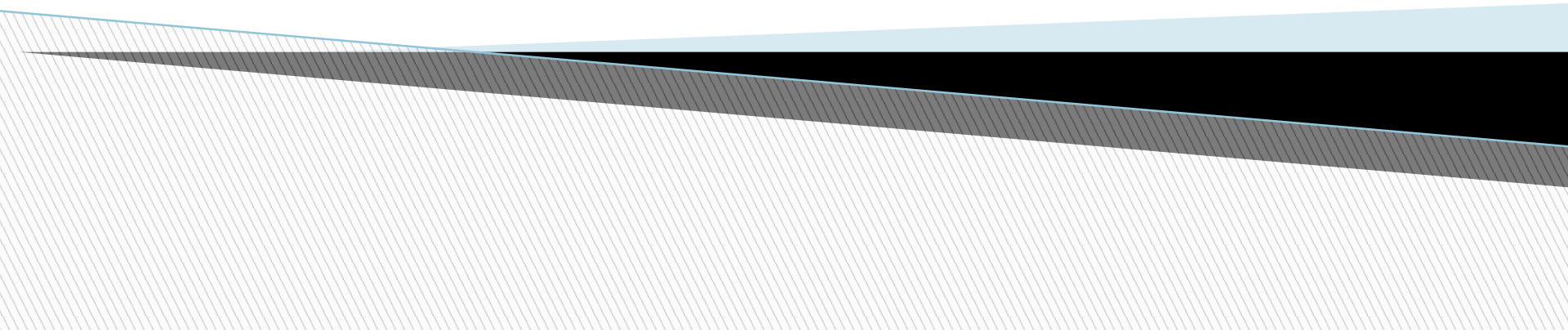


# □ План работы над проектом



# Тема:

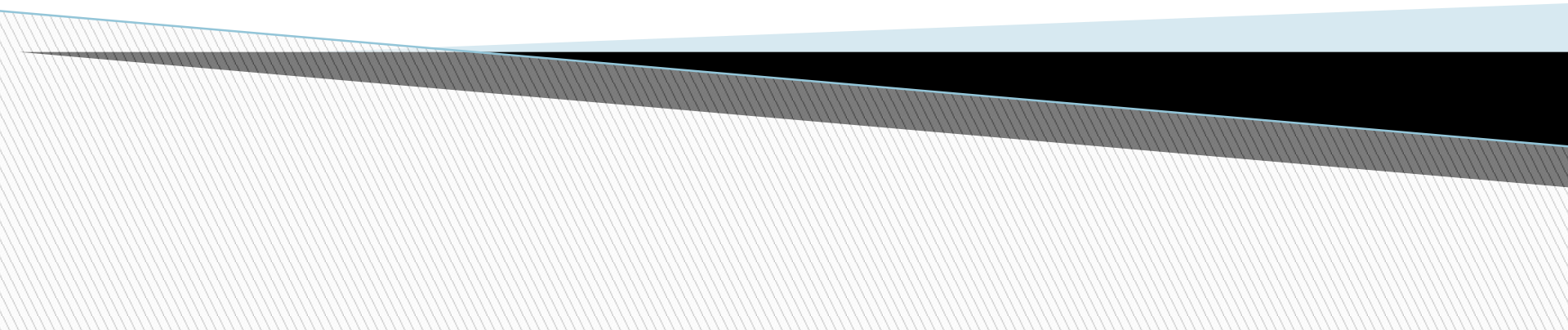
КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА.

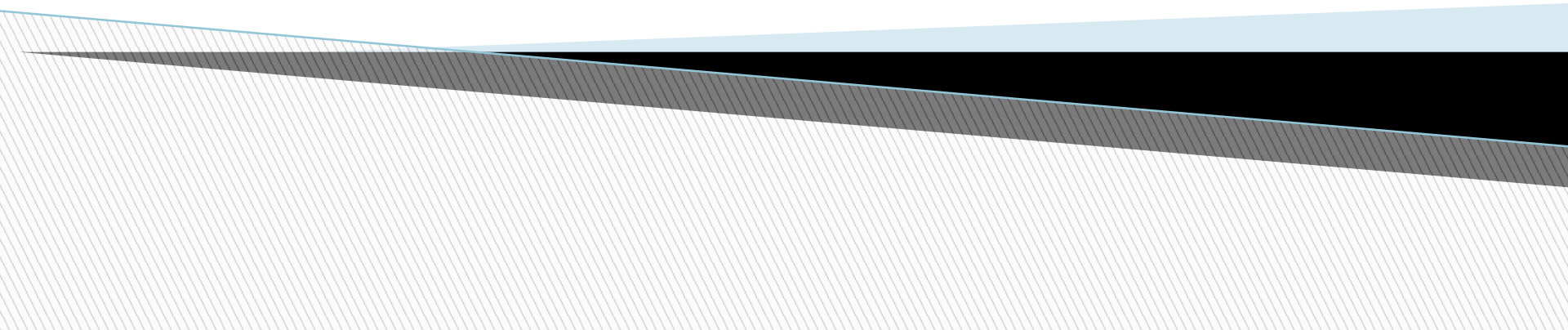


# Цель

- (должна совпадать с темой).

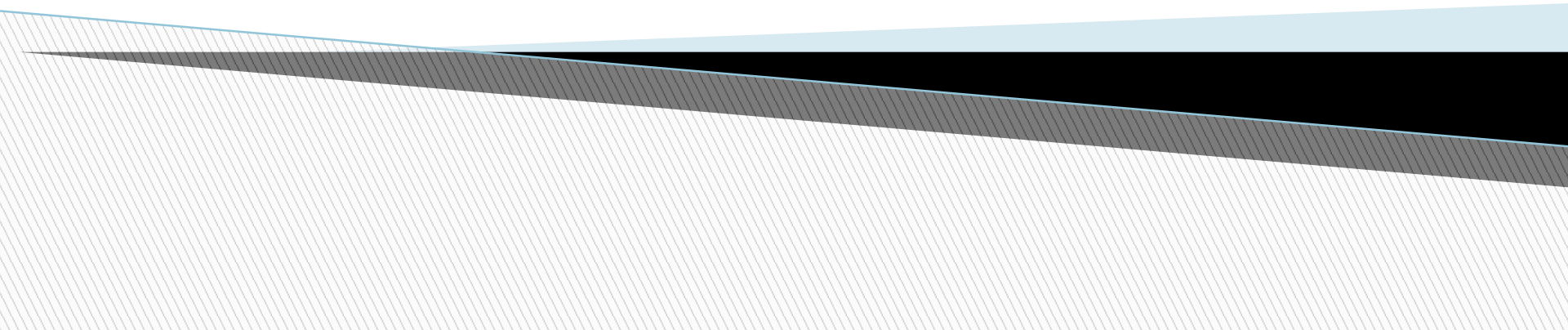
□ Задачи:



- 1. Организационно-правовая база (док. для открытия предприятия: устав, регистрация в налог. органах и пр.; сертификаты, лицензии, аккредитации и пр.; целевые программы развития: муницип., федеральный, областной, региональный уровни)
- 

- 2. Разработка концепции предприятия (анализ текущей ситуации, обзор рынка: анализ конкурентов (1\*Принцип 2-х кругов ), портрет целевого потребителя (по факторам: социал., демогр., экономич.), описание существующего объекта (конкретное помещение). Описание концепции (почему именно так? как хотите? как видите будущее?) (2\* «SWOT матрица»). Описание орг. структуры предприятия. Штатное расписание, определиться с услугами, дополнительными услугами. Определиться с налоговой базой. Ремонт (нужен/нет), оснащение.

# 1\*

- №
  - Наименование
  - Ценовая категория
  - Услуги
  - Доп. услуги
  - Место
  - Примечания(чем отличаются, акции и т.д)
- 

## 2\*

- Strong
- \*сильные стороны (финансовая прочность, оригинальность концепции, квалифицированный персонал, действующие программы лояльности, высокий уровень внутриорганизационный маркетинг, месторасположение, гибкий график работы, гибкая система скидок, реклама): разбор ЖЦ предприятия, в каждом цикле – поиск сильных сторон.



# Weakness

- \*слабые стороны (низкая конкурентная способность, ротация персонала – внутренняя и внешняя, неустойчивая финансовая база, наличие задолженностей, неквалифицированность персонала) Анализ начинается с финансов, материальной базы, персонала, конкурентной способности продукции, контрагент (поставщик) по тем же самым ЖЦ.

# Opportunity

- \*возможности развития (Открытие дополнительного офиса, развитие дополнительных услуг, освоение новых рынков, увеличение производимой продукции услуг (доп. офис или НТП), ребрендинг, возможность кредитования/займа, дифференциация бизнеса)

# Threat

- \*угрозы (высокая конкуренция, экономический кризис, спад потребности услуги, изменение законодательства, увеличение налоговой нагрузки, появление новых конкурентов, форс мажор, административный барьер, внутренняя бюрократия, неблагонадежность контрагентов, инсайдерские сделки, слабая кадровая политика, новые альтернативные услуги)

# Аналитическая записка.

- Сильных сторон больше, чем слабых, следовательно (вывод предприятия на рынок необходим временный, возможности развития ....., основная угроза от гос-ва/ конкурентов, но мы можем преодолеть их следующим образом..., и т.п.

# 3. Модель финансовой устойчивости предприятия.

- ▣ **Издержки предприятия: переменные и постоянные.**
- ▣ **Переменные**
- ▣ Регистрационные расходы.
- ▣ Лицензирование (не надо покупать сразу).
- ▣ Покупка помещения, ремонт.
- ▣ Закупка оборудования.
- ▣ Выплата премий.
- ▣ Реклама.
- ▣ Курсы повышения квалификации сотрудников.
- ▣ Налоги.
- ▣ Регистрационные расходы: .....

# Постоянные

- Аренда помещения.
- ФОТ
- Коммунальные платежи
- Выплаты в бюджетные и не бюджетные фонды (пенсионные, медицинские).
- Налоги.
- Закупка производственного материала.
- Закупка расходного материала.
- И т.п.

# Составление графика ежемесячных издержек.

- Начиная с месяца, в котором открылись (стартовый). Важно учесть сезонность (отметить тах потребления услуг). Учесть коммунальные издержки. Расписываем на год.
- Понятие «точка безубыточности» - тах точка издержек.

# Доходы предприятия.

- Реализация основных и доп. услуг.
- Ценовая политика: необходимо определить для своей компании ценовую политику.
  - 1) Рыночная цена - такая же, как и у конкурентов.
  - 2) Демпинговая цена или «Цена на выживание»— ниже, чем у конкурентов (или даже ниже, чем затрачено на производство). Необходима, чтобы избавиться от конкурентов, затем – можно диктовать свои цены.
  - 3) Маржиналистская цена – цена, выше, чем у конкурентов. Определяется брендом, эксклюзивом, дилерское соглашение, высоким качеством.
- \*Ценовую политику выбираем сами, предыдущим анализом (конкурентов и др.)



- Определиться со стоимостью наших услуг: на основные и доп. услуги. Рассчитать пропускную способность в день (например, завтрак, обед, ужин – люди, столики..., у остальных – сутки, в процентах, благоприятный – 60%, умножаем на неделю, затем – на месяц). На основании этой инфо. выстраиваем график ежемесячных доходов, учитывая сезонность.



- Соединяем эти два графика, получаем чистую прибыль. Смотрим, когда можем преодолеть точку безубыточности, когда – нет. Рассчитываем сроки окупаемости, учитываем вложенные средства (начиная с регистрации и т.д.), считаем основные издержки. \*Очень важно!: когда будем писать смету на оснащение, необходимо писать ее в трех вариантах – то, что хотим, по-минимуму (что важно) и средний вариант.

## 4. Выводы.

- \*Пишутся по предприятию в целом.
- «Считаем, что концепция выполнена успешно, учтены все факторы. Окупиться через... и т.п.»

□ 5. Заключение по работе.

