

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - **«Разработка бизнес-плана предпринимательской деятельности (на примере ресторана авторской русской кухни «Брусника»)»**.

Актуальность темы обусловлена тем, что ресторанный бизнес должен адекватно и быстро реагировать на все изменения, происходящие на рынке услуг, что гарантирует ему стабильную конкурентоспособность. В связи с этим маркетинговые исследования должны постоянно сопутствовать ресторанному бизнесу, а он в свою очередь - соответствовать его требованиям, имеющемуся зарубежному и российскому опыту, не забывая национальные традиции. Таким образом, основой для разработки стратегий дальнейшего развития уже существующего ресторанного бизнеса, а также для только что организуемого, должны стать маркетинговые исследования, позволяющие разрабатывать прогнозы развития рыночной ситуации, учитывать конъюнктуру рынка и запросы потребителей.

Слайд 2

Целью работы является оценить перспективность создания нового ресторана русской кухни на рынке услуг общественного питания.

Для реализации цели был поставлен и решен ряд **задач**.

Объектом исследования является сфера ресторанного бизнеса г. Санкт-Петербурга.

Предметом исследования являются планирование создания нового ресторана русской кухни.

Слайд 3

В ходе работы были рассмотрены **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ**, а именно понятие бизнес-планирования, структура бизнес-плана, методы оценки бизнес-планов.

И были сделаны выводы:

Бизнес-планирование сегодня выступает одним из эффективных инструментов определения компанией четких ориентиров в своем дальнейшем развитии. Бизнес-план представляется собой сводный документ (программу), который содержит плановые показатели на 3-5 лет вперед и имеет, как правило, стандартную структуру бизнес-плана, разработанную UNIDO. При этом при крупных финансовых вложениях бизнес-план может включать в себя дополнительно общепринятые показатели оценки эффективности инвестиционных проектов периода окупаемости: простой и дисконтированный сроки окупаемости; среднюю норму рентабельности; чистый доход и чистый приведенный эффект; индекс прибыльности; внутреннюю норму рентабельности. Именно такая структура бизнес-плана позволяет инвесторам и другим заинтересованным лицам получить общее представление об объекте инвестирования и норме прибыли, на которую они могут рассчитывать.

Слайд 4

Для достижения цели, в третьей главе работы производится анализ **РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РОССИИ И ГОРОДЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ**.

По данным статистики в Российской Федерации на сегодняшний день около 30 тысяч предприятий заняты в сфере общественного питания. Следует отметить, что этого

количества точек питания недостаточно, что особенно заметно в выходные и праздничные дни, когда большая масса населения в больших городах, не имеет возможности отдохнуть, отметить торжественное мероприятие в заведениях общественного питания. Это наглядно видно из следующих цифр: так в России одна точка питания приходится на 2 000 чел., в Европе на 300 чел., в США - на 150 чел. Данные представлены на **рисунке 1 раздаточного материала** и на слайде.

Потребительские расходы также представлены на **рисунке 2 раздаточного материала**.

На рынке общественного питания работает большое количество игроков. Многие из них давно заняли лидирующие позиции среди своих конкурентов и зарекомендовали себя наилучшим образом у потребителей. Но рынок еще не перенасыщен предложением. Спрос у потребителей неумолимо растет, и становится все сложнее угодить им. Клиент пытается найти тихое, спокойное место для общения с близкими людьми, деловыми партнерами. Так же очень высоки требования к уровню предоставляемых услуг обслуживания и предлагаемых блюд. Не достаточно быть просто хорошим рестораном, потребителя нужно всегда удивлять, обеспечить такие условия, чтобы у него появилось желание вернуться сюда снова и снова. Поэтому, решившись открыть ресторан, предприниматель столкнется с множеством проблем, но при грамотном руководстве и продуманной политике, ресторан имеет все шансы на успех.

Слайд 5

В последние годы в Санкт – Петербурге сфера общественного питания развивается намного быстрее, чем во всей России.

Анализ системы общественного питания Санкт – Петербурга показывает, что в основном все предприятия общественного питания за основу своей концепции взяли тип кухни: домашняя, европейская, охотничья, национальная, спортивная и др., считая, что не имея определённого направления или тематики, бизнес будет мало востребован, так как, «чтобы только досыта поесть» уже в рестораны люди не ходят.

На рынке предприятий общественного питания Санкт – Петербурга в настоящее время ещё недостаточно ресторанов для клиентов со средним чеком от 10 до 15 долларов. Сети ресторанного бизнеса, учитывая это обстоятельство, открывают больше кафе, кофеен, ресторанов фаст-фуд, среди которых большую часть занимают японские суши-бары, так популярные среди петербуржцев.

Исследования, проведённые на рынке общественного питания Санкт – Петербурга, показывают, что уровень его развития в последнее время заметно вырос, однако потенциал ещё достаточно высок, насыщения ещё не произошло и большое число игроков могут попытаться занять свободное место, и при организации соответствующего маркетинга и менеджмента добиться успеха.

Слайд 6

В качестве основных конкурентов могут быть рассмотрены рестораны, приведенные ниже в **таблице 2 раздаточного материала**.

По данным таблицы 2 видно, что главным и единственным конкурентом в балловом выражении является кафе «Prestige».

У рассматриваемого ресторана выделяется один главный и самый сильный конкурент, а так же три ресторана, которые конкурируют наравне, и в том числе между собой.

При хорошо продуманной политике ресторана, грамотно составленной рекламной

компании, у рассматриваемого ресторана есть все шансы конкурировать на высшем уровне.

Слайд 7

Перекрестный SWOT анализ приводится в **таблица 3 раздаточного материала**. SWOT анализ помог увидеть какие сильные стороны ресторана помогут реализовать ему потенциальные возможности, а так же какие сильные стороны помогут предотвратить наступающие угрозы. Возможности помогут предотвратить слабые стороны. А наступающие угрозы, наоборот, усилят слабые стороны, на них стоит обратить особое внимание.

Слайд 8

Рассматриваемый в работе объект исследования - ресторан русской кухни «Брусника» - планируется как современное часто посещаемое предприятие общественного питания, однако в запланированном месте его расположения имеются и другие аналогичные предприятия, представляющие для ресторана «Брусника» конкуренцию. В виду чего в настоящее время предприятие нуждается в разработке четкого и последовательного плана развития. Что позволит предприятию выстроить четкую линию поведения и опередить конкурентов в борьбе за своего потребителя. Тем более, что для этого у предприятия уже имеются следующие преимущества: высокий уровень квалификации руководящего персонала; предоставление возможности обучения и развития персоналу; высокое качество предоставляемых услуг; оригинальность концепции ресторана; разнообразие шоу-программ; выгодное месторасположение; и др.

Слайд 9

Проектом предусматривается организация предприятия общественного питания по типу современного ресторана. Услуги ресторана будут ориентированы на категорию потребителей с уровнем дохода чуть выше среднего.

При условии вложения 7 700 000 рублей рассчитаны следующие показатели эффективности инвестиций (**таблица 4 раздаточного материала**), период расчета – 2 года.

При этом в течение 2 лет будут в полном объеме возвращены кредитные ресурсы и проценты за пользование.

В результате реализации проекта заработная плата всего персонала составит 9 648 000 рублей. В бюджеты всех уровней будут уплачены налоги в размере 3 816 392 рублей. Поступления от продаж составят 77 540 626 рублей, планируемая прибыль должна составить 18 183 330 рублей. Коэффициент рентабельности чистой прибыли находится на уровне 30%.

Проведенные расчеты показывают, что проект является рентабельным и окупаемым, имеет социальную направленность и является достаточно привлекательным для инвестирования.

Был составлен подробный план (**таблица 5 раздаточного материала**), в котором определили даты и продолжительность тех или иных работ, и прописали их стоимость.

Слайд 10

В таблице 6 раздаточного материала приведена характеристика основных элементов маркетингового плана по развитию предприятия.

Проектом предусматривается, что в течение первых трех месяцев будут проводиться ремонтные, дизайнерские работы, оснащение ресторана необходимым оборудованием и

мебелью. После окончания ремонтных работ, после второго месяца реализации проекта, начнется рекламная кампания.

Слайд 11

Процесс реализации проекта начнется с привлечения заемных финансовых ресурсов в объеме 4 200 000 рублей. Средства планируется получить в виде кредита сроком на 2 года под ставку 21% годовых. Поступление будет осуществляться одной суммой в первом месяце реализации проекта.

В процессе работы ресторана предполагается уплачивать денежные средства по статьям «Управление», «Производство» и «Маркетинг» (таблица 10 раздаточного материала). Это необходимо для непрерывной и грамотной работы предприятия.

Слайд 12

Для успешной реализации проекта необходим следующий персонал (таблица 11 раздаточного материала).

В работе ресторана будет задействовано 26 человек, с общей заработной платой в 453 000 руб.

Весь персонал будет приниматься на контрактной основе с испытательным сроком 2 месяца.

Кредит будет предоставлен банком ВТБ-24, по статье «Кредитование малого бизнеса», под 21% годовых.

Интегральные показатели эффективности инвестиций представлены в таблице 12 раздаточного материала.

В результате реализации проекта заработная плата всего персонала составит 9 648 000 рублей. В бюджеты всех уровней будут уплачены налоги в размере 3 816 392 рублей. Поступления от продаж составят 77 540 626 рублей, планируемая прибыль должна составить 18 183 330 рублей. Коэффициент рентабельности чистой прибыли находится на уровне 30%.

Слайд 13

Успешность реализации проекта в значительной степени зависит от минимизации всех видов рисков, которые могут возникнуть в процессе его осуществления.

В таблице 13 раздаточного материала проанализированы различные виды предпринимательского риска, которые могут ухудшить показатели проекта и, предусмотренные в связи с этим, меры профилактики.

Слайд 14

В ходе работы был проведен Анализ чувствительности проекта.

При наблюдении за изменениями объема (таблица 14 раздаточного материала) сбыта можно проследить изменения влияния на показатели эффективности проекта.

Объем сбыта не может быть уменьшен более чем на 28%, поскольку при этом проект становится нерентабельным. Сбыт планировался на минимально необходимом уровне, который может обеспечить доходность и рентабельность проекта.

Цена сбыта не может быть уменьшена более чем на 18% (таблица 15 раздаточного материала), иначе проект становится нерентабельным.

Прямые издержки в процессе реализации проекта могут быть увеличены на 51% (таблица 16 раздаточного материала).

Зарботную плату персонала можно увеличить на 98% (таблица 17 раздаточного материала).

Проведенный анализ чувствительности показывает, что проект имеет относительно большой запас прочности. Проект является чувствительным к объему сбыта, который может быть уменьшен не более, чем на 28%. Также проект чувствителен к цене сбыта, уменьшение возможно всего лишь на 18%.

Слайд 15

В таблице 18 раздаточного материала приведен расчет точки безубыточности по продуктам.

На рисунке на слайде приведен пример графического определения точки безубыточности по продукту «бизнес-ланч» на 2016г.

Из таблицы 18 и рисунка следует, что в месяц нужно производить указанное количество штук каждого продукта для достижения точки безубыточности. Если какой либо из 8 пунктов не будет выполняться, его следует незамедлительно восполнить другим, иначе предприятие начнет приносить убытки.

Слайд 16

В соответствии с поставленными задачами была проделана работа, описанная в данном дипломном проекте.

В результате были рассмотрены теоретические основы бизнес - планирования, изучен рынок общественного питания по России и городу, проведен социологический опрос, с целью выявления потенциального потребителя, а также составлен подробный бизнес – план.

В котором была полностью разработана концепция ресторана, описаны детали оформления зала, месторасположение, меню.

Рассмотрены потенциальные конкуренты и выявлены наиболее сильные, определена форма для персонала и требования предъявляемые к ним.

Рассчитаны все финансовые показатели, которые показывают, что рассматриваемый ресторан окупится через один год, при вложении в него 7 700 000 рублей, из которых 3 500 000 собственный капитал, а 4 200 000 взяты в банке под кредит в 21% на срок два года.

Создание нового ресторана является перспективным, так как в течение двух лет реализации проекта поступления от продаж составят 77 540 626 рублей, а планируемая прибыль должна составить 18 183 330 рублей.

При этом были достигнуты все поставленные задачи, проведена оценка перспективности создания нового ресторана русской кухни на рынке.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.