

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

«Институт финансов, экономики и управления»

(институт)

«Управление инновациями и маркетинг»

(кафедра)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Управление малым бизнесом

(наименование профиля, специализации)

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Разработка бизнес-плана организации малого бизнеса (на примере ООО «Пицца у дома»)

Студент(ка)

С.А. Макарова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

И.В. Краснопевцева

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Допустить к защите

Заведующий кафедрой д.т.н., доцент Д.В. Антипов

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

«_____» _____ 20____ г.

Тольятти 2017



Росдистант
ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДИСТАНЦИОННО

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнила: Макарова С.А.

Тема работы: Разработка бизнес-плана организации малого бизнеса (на примере ООО «Пицца у дома»).

Научный руководитель: д.э.н., профессор Краснопевцева И.В.

Цель данной работы заключается в оценки эффективности открытия семейного бизнеса – пиццерии. Данная цель достигается при помощи построения бизнес-плана пиццерии, который разрабатывался на основе:

- изучения разнообразных источников для способов его построения;
- определения ключевых целей;
- анализе рынка и конкурентоспособности;
- определение ресурсного обеспечения;
- финансовом анализе;
- анализе перспектив бизнеса.

Составленный бизнес-план помогает структурировать свои идеи. Визуализируя, продумывая, сопоставляя их с реальностью можно понять ограничения и возможности, что позволит избежать ошибок – неэффективного подбора персонала, отрицательного баланса движения денежных средств, ошибках в анализе объёма сбыта и т.п.

Актуальность работы заключается в том, что разработанный бизнес-план дает реальную картину оценки открываемого семейного бизнеса.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х глав, заключения, списка литературы из 21 источника и 1 приложения. Общий объем работы, без приложений, 44 страницы машинописного текста, в том числе таблиц-6, рисунков – 10.

Содержание

Введение.....	7
1. Теоретические основы разработки бизнес-планирования.....	9
1.1. Понятия и сущность бизнес-планирования.....	9
1.1.1. Роль малого бизнеса в экономике.....	9
1.1.2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности.....	10
1.2. Бизнес-планирование: теория и практика.....	15
1.2.1. Бизнес-планирование в России.....	15
1.3. Цели, задачи, этапы разработки бизнес-плана.....	16
2. Анализ оценки создания бизнеса при разработке бизнес-плана ООО «Пицца у дома».....	22
2.1. Структурное составление бизнес-плана пиццерии.....	22
2.1.1 Вводная часть (резюме).....	22
2.2.2. Описание предприятия.....	24
2.2.3. Описание товаров или услуг.....	24
2.2.4. Анализ рынка и маркетинговая стратегия.....	26
2.2.5. Производственный план.....	31
2.2.6. Организационный план.....	33
2.2.7. Финансовый план (бюджет).....	34
3. Рекомендации и предложения по развитию деятельности ООО «Пицца у дома».....	41
3.1. Формирование маркетинговой стратегии.....	42
3.2. Открытие сети пиццерий.....	43
3.3. Улучшение охраны труда сотрудников пиццерии.....	45
Заключение.....	47
Список использованных источников (литературы).....	48
Приложение А.....	50

Введение

Актуальность темы исследования заключается в том, что в настоящее время в рыночной экономике в условиях кризиса на плаву остаются те компании, организационная структура которых гибко адаптируется к изменениям, а правильная оценка создания своего бизнеса или оценка текущего состояния бизнеса на прямую зависит от составления бизнес-плана, который позволяет в свою очередь увидеть преимущества, недостатки, сильные и слабые стороны как своей компании, так и компании конкурентов. Тщательно спланированный, описывающий стремление компании, видение, достижения целей и перспективы будущего результата делает бизнес-план компании сильным оружием в жесткой конкуренции малого бизнеса.

Анализ последних научных исследований и публикаций. Большой вклад в концепции, понимание, построение бизнеса с теоретическими и практическими подходами внесли Ронда Абрамс, Джейм Вумек, Дэниел Джонс, Амблер Тим и др.

Изучение подходов к построению бизнеса, бизнес-планированию не всегда видится руководителям актуальным или нужным. Все вышеперечисленное указывает на актуальность темы, особенно при открытии своего бизнеса.

Проблема исследования. Бизнес-план оказывает большое влияние на оценку своего бизнеса. Проблема заключается в том, что когда мы разрабатываем идею создания своего бизнеса, мы не всегда можем реально оценить его эффективность, рентабельность, увидеть конкурентов, что позволит нам продумать нашу стратегию до конца и вовремя принять нужные меры.

Целью исследования является разработка бизнес-плана для пиццерии и оценка его эффективности для открытия своего бизнеса – ООО «Пицца у дома». Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- разобраться в организационно-правовых формах организации;

- изучить сущность бизнес-планирования;
- рассмотреть цели, задачи, структуру бизнес-плана;
- разработать бизнес-план создания пиццерии «Пицца у дома»;
- разработать мероприятия по совершенствованию рекламной деятельности пиццерии;
- проанализировать рентабельность бизнеса.

Объектом исследования является открытие семейного бизнеса ООО «Пицца у дома».

Предметом исследования является планирование деятельности семейного бизнеса.

Структура выпускной квалификационной работы (далее по тексту ВКР) включает: три главы, введение и заключение общим объемом 44 страницы, имеет 6 таблиц, 10 рисунков, библиографический список из 21 наименования и 1 Приложение.

1. Теоретические основы разработки бизнес-планирования

1.1. Понятие и сущность бизнес-планирования

1.1.1. Роль малого бизнеса в экономике

Предпринимательство является наиболее активной формой экономической деятельности страны. Фирмы отличаются друг от друга не только по составу участников, форм собственности и т. д., но и по объему выпускаемой продукции. Очень часто малые фирмы опережают крупные, в основном это происходит из-за многоуровневой структуры управления в больших компаниях, где информация доходит искаженно, не своевременно, что сказывается на запоздалом принятии решений руководителями. Именно поэтому в экономике очень важную нишу занимают малые предприятия [19].

Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ дает нам представление об организации и правах субъектов малого и среднего предпринимательства, как о юридических лицах, так и индивидуальном предпринимательстве.

Малый бизнес (малое предпринимательство) – предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения [20].

Предпринимательство – это самостоятельная творческая деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций для создания новых и совершенствования имеющихся продуктов (услуг), производств, организаций, осуществляемая на свой риск в целях получения прибыли [5].

Несмотря на то, что в российской экономике за последние пару лет нависла тенденция кризисной ситуации, и в борьбе за место побеждает сильнейший», – малый бизнес, который идет в ногу со временем продолжает существовать и развиваться. При возникновении новой идеи создания бизнеса следует учитывать множество факторов, которые могут определиться с помощью разработки бизнес-плана, как документа основополагающего, что позволяет увидеть свой бизнес со стороны.

1.1.2. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности

При создании бизнеса помимо определения идеи необходимо подумать и над организационно-правовой формой своей организации. От этого зависит как уставной капитал, количество учредителей, налогообложение, так и расширенные гарантии официального трудоустройства, социального пакета сотрудников.

Организация представляет собой группу людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей. Каждая организация имеет свое предназначение – миссию, во имя которой люди объединяются и осуществляют свою деятельность. Осуществляя свою миссию (предназначение), организация добивается достижения определенных целей – выживания, роста, доходности. Она выпускает определенную продукцию или оказывает услуги, использует различные технологии, несет ответственность перед партнерами, потребителями, обществом в целом [5].

В соответствии со статьей 50 Гражданского кодекса РФ организации подразделяются на коммерческие и некоммерческие.

Коммерческими называются организации, извлечение прибыли которые ставят в качестве основной цели своей деятельности. Коммерческие организации могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий.

Некоммерческие организации не ставят своей целью получение прибыли и распределение ее между участниками. К ним относятся общественные и религиозные организации, благотворительные и иные фонды, учреждения и др. [5].

На рисунке 1 показана структура организационно-правовых форм для наглядного представления.

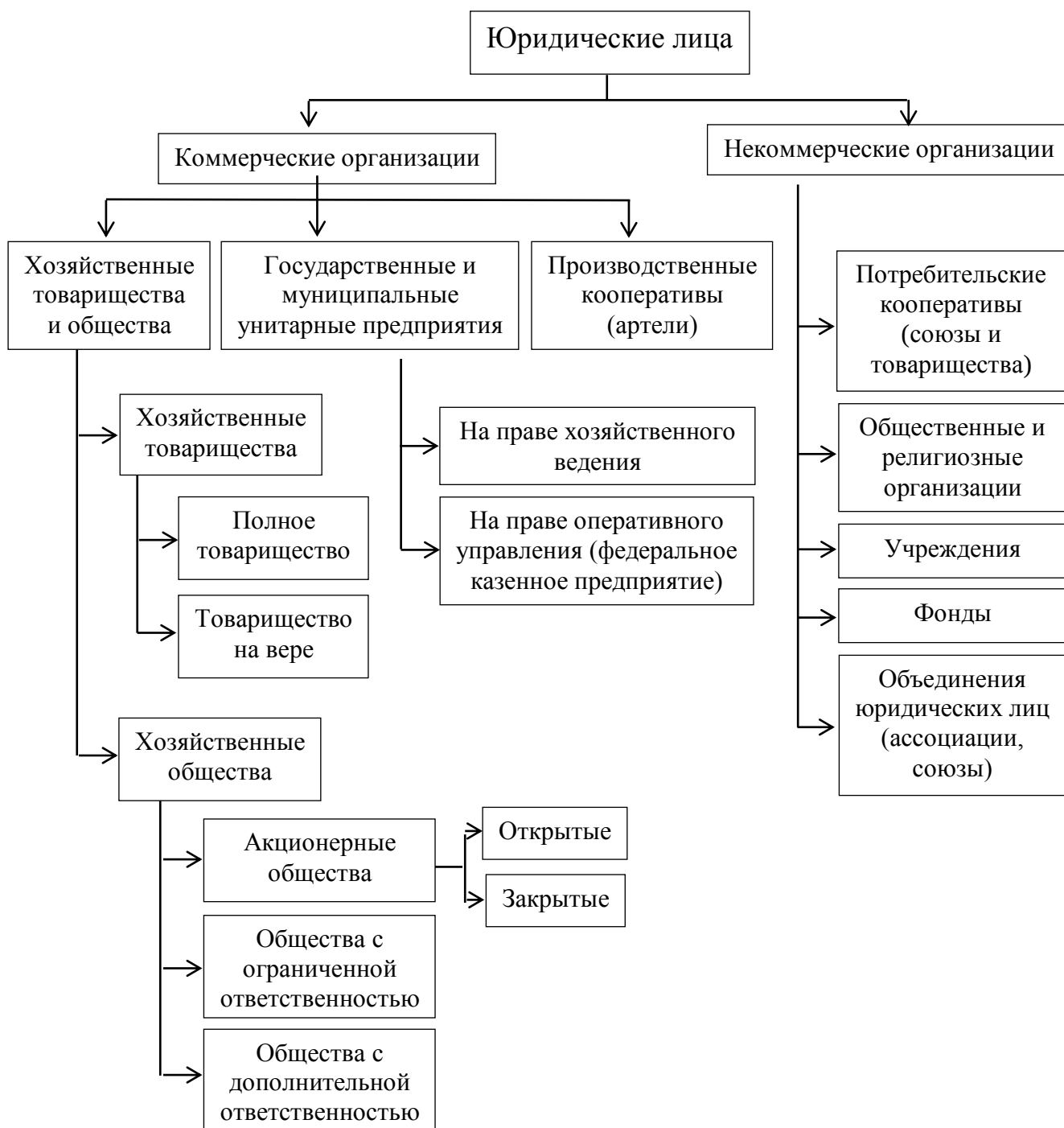


Рисунок 1 – Структура организационно-правовых форм

Выбирая организационно-правовую форму своего предприятия, тенденция выбора малого бизнеса падает на общества с ограниченной ответственностью (ООО) и акционерные общества (ОАО, ЗАО). Самым главным преимуществом создания ООО, ОАО или ЗАО, является то, что на

учредителей возлагается ответственность по долгам в пределах стоимости вкладов вносимых в уставной капитал.

На основании статистических данных юридических лиц, сведения которых содержатся в Едином государственном реестре (ЕГРЮЛ) путем создания организаций в Красноярском крае по состоянию на 2015-2017 гг. постоянно увеличиваются, и фундаментальную базу из этой ниши занимают общества с ограниченной ответственностью.

Из положительных сторон открытия ООО также можно выделить следующее:

- возможное количество участников – от 1 до 50 человек;
- небольшой размер уставного капитала – от 10000 руб.;
- учредители не отвечают по обязательствам всем своим личным имуществом;
- не сложная система регистрации.

Государственную регистрацию ООО производит государственный орган – Инспекция финансовой налоговой службой (ИФНС) по месту расположения юридического лица.

Процесс формирования и регистрации ООО включает в себя несколько последовательных действий, а именно:

- Придумать название ООО, полное и сокращенное наименование;
- Выбрать юридический адрес расположения ООО – это может быть адрес арендуемого помещения, либо адрес собственника квартиры от которого понадобится Согласие на регистрацию квартиры, как отдельный документ, а также регистрационные документы на квартиру;
- Определиться с основной деятельностью ООО и на основании этого выбрать соответствующие коды деятельности из общероссийского классификатора видов экономической деятельности (ОКВЭД). Данный классификатор представляет собой сгруппированный список. Законодательно можно определить основной код деятельности и поставить дополнительные коды, не ведя по ним деятельность на текущий момент, но планируя

воспользоваться ими в ближайшее время. Также следует обратить внимание, что некоторые коды классификатора соответствуют лицензируемым видам деятельности, что прописано в Федеральном законодательстве №99-ФЗ от 04.05.2011 «О лицензировании отдельных видов деятельности», принятом Государственной Думой 22 апреля 2011 года.

- Определить размер уставного капитала ООО. Уставной капитал, то есть средства внесенные учредителем при регистрации ООО хорошо описывает нам Гражданский кодекс РФ ст.66 п.2, из этого следует, что минимальный размер уставного капитала ООО составляет 10000 руб., который вносится непосредственно в денежной форме, а сверх этой суммы может вноситься в имущественной форме. Вид деятельности влияет на размер уставного капитала. Например, для вновь создаваемого банка размер уставного капитала составляет 300 000 000 руб.; для производителей алкогольно-водочной продукции – 80 000 000 руб., а для страховщиков, медицинского страхования – 60 000 000 руб. Доля или часть уставного капитала участника определяется в процентном или дробном соотношении для определения прибыли в виде дивидендов между участниками. Дивиденды – это доход, представляющий собой часть прибыли, акционерного общества или другого хозяйствующего субъекта, которая распределяется в конце финансово года [21].

После регистрации ООО, уставной капитал необходимо внести на расчетный счет в срок не позднее четырех месяцев – такие правила вступили в силу с сентября 2014 года. Внесенный на расчетный счет уставной капитал входит в распоряжение организации, которая, в свою очередь может потратить эти финансы на необходимые нужды – оплата аренды, закуп товара, закуп оборудования и т. п. При желании в будущем можно увеличить уставной капитал – это не противоречит закону.

- Открыть расчетный счет в банке. Открытие расчетного счета в банке – процедура не тягостная. Это хороший инструмент, который позволит организации производить оплату безналичным расчетом с некоторыми поставщиками, или исполнять свои налоговые обязательства путем

безналичного перечисления в бюджет своих налоговых сумм, что будет соответствовать пункту 3 статьи 45 Налогового кодекса РФ – после предъявления в банк платежного поручения об уплате налога организацией выполнены обязательства. При всех плюсах открытия расчетного счета в банке есть и свои минусы – за услуги придется платить. Стоит тщательно подумать в каком банке следует открыть расчетный счет, так как, например, в Сбербанке, очень удобный онлайн-сервис с оплатами по разным платежам, а в Промсвязьбанке обслуживание ведения расчетного счета может оказаться гораздо выгоднее с финансовой точки зрения. Также следует обратить внимание при открытии расчетного счета, чтобы в основании платежа было указано правильное назначение платежа. Данный документ хранится у учредителя и является важным документом.

- Документальная подготовка протокола собрания или решения единственного учредителя. Если в организации ООО выступает один учредитель, то он готовит Решение единственного учредителя, перечисляя в нем: сведения об ООО, когда и где было принято решение, полное наименование организации, утверждение юридического лица, размер уставного капитала, утверждение Устава ООО, информация о назначении генерального директора.

- Подготовить Устав **ООО**. Устав – это основной учредительный документ организации, в котором прописывается: юридический адрес, цели, виды деятельности, уставной капитал, права и обязанности участников, распределение прибыли, учет и отчетность, конфиденциальность, ликвидация ООО.

- Заполнить установленной формы заявления Р11001.

- Оплата госпошлины для регистрации ООО, можно использовать, как наличный расчет, так и через терминалы платежных систем.

- Определить систему налогообложения для своего ООО. В Российском законодательстве существует несколько систем налогообложения, а именно: ОСНО – общая система налогообложения; УСН – упрощённая система

налогообложения; ЕНВД – единый налог на вмененный доход; ЕСХН – единый сельскохозяйственный налог; Изучив налогообложение необходимо выбрать для ООО наиболее подходящее.

- Собрать, подписать и прошить вышеперечисленные документы;
- Сдача полного комплекта документов на регистрацию.

При получении долгожданных документов, если нет возможности учредителю самому явиться в регистрирующий орган, необходимо оформить нотариальную доверенность на получение документов и явиться с ней.

Комплект документов полученных на руки по истечении трех дней содержит:

- лист записи Единого государственного реестра юридических лиц по форме № Р50007 (ЕГРЮЛ);
- свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;
- один экземпляр Устава с пометкой регистрирующего органа.

На основании вышеперечисленных полученных документов ООО считается официально зарегистрированным юридическим лицом, которое может смело приступать к дальнейшему развитию своей деятельности и получению других необходимых документов для реализации своей бизнес идеи.

1.2. Бизнес-планирование: теория и практика

1.2.1. Бизнес-планирование в России

Несмотря на свою популярность, бизнес-планирование в России зародилось относительно недавно. В связи переходом страны на рыночную экономику, где главную роль занимает: товар, спрос, предложение, в 1994-1995 гг. активно увеличилась массовость применения бизнес-планирования [16].

Открылся доступ к зарубежной литературе по построению бизнеса, идеи, стратегии и инноваций и т. п. Руководители, применяющие на практике взятые идеи из прочитанной литературы, имеют представления о построении современного бизнеса. Они понимают, что рынок подлежит изменениям, и если

они не будут отслеживать и гибко относиться к окружающим изменениям, их компания потерпит крах – будет не рентабельна. Грамотный предприниматель, разработав идею, всегда разработает бизнес-план.

Рассмотрим основные понятия:

Планированием называется процесс, направленный на развитие деятельности предприятия в будущем в соответствии с условиями рынка [3].

Бизнес-планирование – это объективная оценка собственной предпринимательской деятельности предприятия, фирмы и в тоже время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка [2].

Результатом бизнес-планирования, как правило, является разработка бизнес-плана.

Бизнес-план – это конфиденциальный документ, который описывает основные разделы развития фирмы на рынке, учитывая собственные или заемные средства, материальные и кадровые возможности и предполагаемые риски. Основной оценочный показатель эффективности бизнеса – рентабельность, необходимый объем инвестиций, срок окупаемости [6].

1.3. Цели, задачи, этапы разработки бизнес-плана

Бизнес-план может разрабатываться с целью привлечения инвестиций, получения кредита, или, чтобы помочь организации выявить свое положение на рынке, увидеть перспективы роста, возможные риски.

По наполненности объема, документальному подтверждению, научному обоснованию бизнес-план может подразделяться на три вида:

- Полный – содержит все расчеты, справки, свидетельства и другие материалы;
- Достаточный – содержит все разделы бизнес-плана, в том числе компьютерные версии по предлагаемому варианту, носит доказательный характер перспектив реализации проекта и развития фирмы;

- В виде резюме – краткие выводы, заключения по каждому разделу бизнес-плана, без обоснования и расчетов, в основном служит некой рекламой или визитной карточкой предприятия [6].

К основным квалификациям бизнес-проекта можно отнести:

- тип (по сферам деятельности);
- класс (состав, структура, предметная область; монопроект, мультипроект, мегапроект);
- масштабность (количество участников, влияние на внешнюю и внутреннюю среду, международные, национальные и т.п.);
- длительность (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные);
- сложность;
- вид (предметная область);

Разрабатывая бизнес-план организация для себя решает следующие задачи:

- Определить направления деятельности организации, перспективные рынки сбыта, место компании на этих рынках;
- Оценить затраты на изготовление и сбыт продукции, соизмеряя их с ценами по которым будут продаваться товары, чтобы определить прибыль проекта;
- Определить соответствие персонала, критерии для мотивации труда, требования по достижению поставленных целей;
- Проанализировать материальное и финансовое положение организации, выявить соответствия этих ресурсов достижению намеченным целям;
- Просчитать риски, предусмотреть трудности в выполнении бизнес-плана [18].

Также важную роль в разработке бизнес-плана играет его конфиденциальность, поэтому очень важно предоставлять бизнес-план проверенным инвесторам, а для защиты можно составить соглашение о конфиденциальности, которое будет подписываться при предоставлении документа.

Разработка бизнес-плана включает в себя следующие этапы, которые могут изменяться в зависимости от вида деятельности бизнеса:

- Принятие решения о создании собственного бизнеса и анализ собственных возможностей;
- Выбор услуги или продукта;
- Изучение рынка сбыта;
- Прогноз объемов сбыта;
- Выбор места, помещения для осуществления деятельности;
- Разработка плана производства;
- Разработка юридической схемы;
- Организация бухгалтерского учета;
- Решение вопросов страхования;
- Разработка финансового плана;
- Написание резюме к бизнес-проекту.

Структура бизнес-плана включает в себя:

1. Вводную часть (резюме)
2. Описание предприятия
3. Описание товаров или услуг
4. Анализ рынка и маркетинговая стратегия
5. Производственный план
6. Организационный план
7. Финансовый план (бюджет) [17]

Вводная часть (резюме) – один из наиболее важных разделов бизнес-плана, так как в нем отражается суть проекта. От того, как написано резюме, зависит, возникнет ли интерес у потенциальных инвесторов к предприятию.

Резюме может быть написано кратко и подробно.

Краткое резюме формируется из:

- Описание компании
- Миссия
- Стадия развития

- Товары и услуги
- Целевой рынок
- Стратегии маркетинга и продаж
- Конкуренты и развитие долей рынка
- Конкурентные преимущества
- Управленческая команда
- Деятельность
- Финансы
- Долгосрочные цели
- Потребности в финансировании и стратегии выхода

Полное резюме описывает:

- Компанию
- Концепцию
- Рыночные возможности
- Конкурентные преимущества и отличительные особенности
- Управленческую команду
- Вехи
- Финансы

Описание предприятия

Включает описание предприятия, как истории, миссии, концепции бизнеса, наименование юридического лица.

Описание товаров или услуг

Данная часть предполагает подробное описание товаров или услуг предлагаемых потребителям.

Анализ рынка и маркетинговая стратегия

Раздел предполагает изучение потребителей товаров / услуг, анализ конкурентов, определяет направление рекламы, проведения акций, описывает маркетинговую стратегию стимулирования продаж.

Также рекомендуется разработать SWOT-анализ – как незаменимый инструмент для выявления сильных и слабых сторон предприятия,

предполагаемого положения на рынке, и необходимости дальнейших изменений [10].

При последовательном рассмотрении сочетания таких факторов, как внешней среды и внутренних свойств компании можно добиться наибольшего эффекта от SWOT-анализа, применяя построение вариантов действий основанных на пересечении полей (СИБ, СЛВ, СИУ, СЛУ) [11].

Распространение рекламы в интернете, особенно в социальных медиа – социальные сети, блоги, YouTube, сайты обществ, сайты отзывов – также будет являться сильным инструментом.

Производственный план

Описывает помещения, в которых располагается производство, поставщиков и источники закупок для производства, условия труда, наличие необходимых разрешений для осуществления данного вида деятельности, инструкций по охране труда и технике безопасности.

Организационный план

Описывает выбор организационно-правовой формы предприятия, структуры предприятия, сколько требуется человек для реализации и управления бизнесом.

Финансовый план

Отображает финансовые показатели, расчеты рентабельности бизнеса, срока окупаемости, подводит итоги разрабатываемого проекта и финансовых потоков.

Основные показатели, рассматриваемые в предлагаемом бизнес плане:

Рентабельность – это один из основных стоимостных качественных показателей, характеризующий доходность деятельности, или показатель экономической эффективности производства определяющий уровень отдачи затрат и степень использования средств в процессе производства, реализации продукции (работ, услуг). В некоторой степени этот параметр отображает эффективность компании в использовании имеющихся в ее распоряжении экономических, природных, денежных и трудовых ресурсов [13].

$R_{п} = (П / С_{п}) \times 100\%$, где

- $R_{п}$ – рентабельность реализуемой продукции;
- $П$ – прибыль от реализации;
- $С_{п}$ – себестоимость реализуемой продукции;

Стандартным для отрасли пиццерий и фаст-фуда является рентабельность около 500-700 %.

Срок окупаемости – это период, в течение которого восстанавливается первоначальная стоимость проекта независимо от временной стоимости денег [14].

2. Анализ оценки создания бизнеса при разработке бизнес-плана ООО «Пицца у дома»

2.1. Структурное составление бизнес-плана пиццерии

2.1.1 Вводная часть (резюме)

Целью ВКР является создание пиццерии «Пицца у дома». Планируется арендовать помещение на ул. Ломоносова г. Красноярска. Данный район города является многопосещаемым и в нем отсутствует пиццерия, кафе. Предполагаемое помещение 46 м² взято в аренду сроком на 3 года. Месячная арендная плата по договору 20000 руб. Данное помещение не требует реконструкции, так как помещение оборудовано под общественное питание (кулинария). Данное помещение располагается в здании пятиэтажного дома и не нуждается в капитальном ремонте.

Для открытия пиццерии необходимо приобрести посуду и оборудование на общую сумму 200000 руб., плата за аренду – 20000 руб. Источник финансирования проекта – собственный капитал учредителя в размере 500000 руб. Расходы на ремонт помещения составят 100000 руб. Расходы на продвижение и рекламу – 50000 руб.

Анализируя рынок сбыта можно смело утверждать, что конкуренции в этом районе не ожидается, так как в этом квартале отсутствует отрасль общественного питания.

Сезонность не должна сказаться на ухудшении деятельности пиццерии, так как основные потребители – это люди, работающие в квартале, а также люди, проживающие в этом районе, приезжающие в гости. Важным сегментом являются пациенты больниц, расположенных рядом с выбранным адресом, это: Красноярская Железнодорожная больница и Детская районная поликлиника.

Идея создания пиццерии ориентирована на любителей быстро и вкусно перекусить со средним и ниже среднего уровнем дохода. Меню будет предполагать разнообразную пиццу, холодные, горячие напитки, сладости. Средний чек будет составлять 120 рублей, количество чеков – 150 в день, что

следует из мониторинга рынка, в т. ч. цен конкурентов. Количество посадочных мест – 24.

На март 2017 года в городе работают около двух известных пиццерий, тем не менее, в некоторых районах города услуги были бы очень востребованы, поскольку в непосредственной близости пиццерии отсутствуют.

Для подготовки необходимо выполнить следующий объем работ:

- заключить договор на аренду помещения;
- закупить необходимое оборудование;
- произвести ремонт помещения;
- закупить мебель, произвести подбор персонала;
- заключить договоры на поставку сырья и расходных материалов, получить разрешения на продажу продуктов питания и оказание услуг в сфере общественного питания.

Для открытия пиццерии составлен календарный план, представленный в таблице 1.

Таблица 1 – Календарный план

№	Этапы деятельности	Временные затраты	Дата начала	Дата окончания	Общая стоимость этапов деятельности
1	Регистрация юридического лица	3	01.08.2017	03.08.2017	4 000
2	Оформление договора аренды	3	14.08.2017	16.08.2017	2 000
3	Ремонт, оформление интерьера	5	17.08.2017	21.08.2017	10 000
4	Покупка мебели, оборудования	10	17.08.2017	26.08.2017	200 000
6	Заключение договоров на поставку сырья	10	03.08.2017	12.08.2017	50 000
7	Получение разрешений и оформление документов	20	04.08.2017	30.08.2017	40 000
8	Открытие пиццерии		01.09.2017		30 000

2.2.2. Описание предприятия

Пиццерия – это новый проект, который в будущем подлежит регистрации, как общество с ограниченной ответственностью.

Юридический адрес: 660058 г. Красноярск, ул. Ломоносова, 94

Фактический адрес: 660058 г. Красноярск, ул. Ломоносова, 94

Тел: +7 913-550-77-59

e-mail: mak-svet@mail.ru

Режим работы: ежедневно с 8.00 до 20.00

Тип пиццерии – кафе для среднего класса

ООО «Пицца у дома» создается с целью организации бизнеса, который имеет большую популярность во всем мире. Пиццерия помогает сэкономить время, недорого и вкусно поесть. «Поесть быстро и вкусно» – наш девиз!

Миссия пиццерии – удовлетворение потребности населения города во вкусном, недорогом, качественном питании и сервисе. Дарить людям радость.

ООО «Пицца у дома» производит различные виды пицц. Обслуживание осуществляется через барную стойку. Основными источниками закупок пиццерии являются поставщики.

ООО «Пицца у дома» имеет одного учредителя.

2.2.3. Описание товаров или услуг

ООО «Пицца у дома» осуществляет услуги общественного питания.

Пицца изготавливается из свежих продуктов. Для качественного изделия используется мука только высшего сорта. Пищевые добавки, употребляемые в производстве, при добавлении в тесто используются только самые полезные человеческому организму. Пицца выпекается с использованием одной технологии приготовления теста, которое состоит из: муки высшего сорта, яиц, дрожжей, воды, соли, масла подсолнечного.

Ассортимент пиццы включает в себя шесть наименований: с рецептурой ингредиентов указанной в таблице 2.

1) «Пицца с ананасами и курицей»

- 2) «Пицца с салями»
- 3) «Вегетарианская пицца»
- 4) «Четыре сыра»
- 5) «Колбасная»
- 6) «Пицца с ветчиной»

Таблица 2- Ингредиенты состава пиццы

№ п/п	Наименования пиццы	Ингредиенты	Единицы измерения	Время приготовления
1	Пицца с ананасами и курицей:	Тесто Ананас консервированный Сыр твердый Куриная грудка Лук Помидоры Зелень	250 г 250 г 200 г 400 г 1 шт 300 г 50 г	40 минут
2	Пицца с салями	Тесто Колбаса салями Перец сладкий Приправа «Итальянские травы» Кетчуп Сыр «Моцарелла для пиццы» Помидоры	250 г 70 г 150 г 10 г 50 г 150 г 200 г	30 минут
3	Пицца вегетарианская	Тесто Майонез Кетчуп Помидоры Оливки Зелень Сыр «Эдам»	250 г 15 г 50 г 300 г 100 г 100 г 120 г	25 минут
4	Пицца четыре сыра	Тесто Соус томатный Сыр «Эдам» Сыр «Моцарелла для пиццы» Сыр «с плесенью» Сыр «Маасдам»	250 г 50 г 30 г 30 г 20 г 20 г	15 минут
5	Пицца колбасная	Тесто Соус томатный Колбаса «Докторская» Помидоры Сыр «Моцарелла для пиццы»	250 г 50 г 250 г 100 г 100 г	25 минут

Продолжение таблицы 2

№ п/п	Наименования пиццы	Ингредиенты	Единицы измерения	Время приготовления
6	Пицца с ветчиной	Тесто Соус томатный Ветчина Болгарский перец Помидоры Оливки Сыр «Гауда»	250 г 50 г 150 г 80 г 80 г 20 г 80 г	25 минут

2.2.4. Анализ рынка и маркетинговая стратегия

Инфраструктура ближайшей территории, на которой будет располагаться пиццерия имеет ряд преимуществ:

- наличие конечного остановочного пункта маршрутных автобусов № 26, 34, 36, 77;

- наличие медицинских учреждений:

- 1) Красноярская железнодорожная больница, состоящая из пяти корпусов, которая славится высококвалифицированными специалистами и имеет значительное количество пациентов, как на платной, так и на бесплатной основе. Также в медицинских учреждениях проходят практику студенты из медицинских образовательных учреждений

- 2) Межрайонная детская клиническая больница (она же Детская районная поликлиника). Наличие детского оздоровительного бассейна и структура оказания медицинского обслуживания позволяет оказывать услуги не только с закрепленных микроучастков, но и со всего города Красноярска, что увеличивает число пациентов и поток проходимости людей на этой территории

- образовательное учреждение начального, среднего образования (школа).

Не маловажным фактором остается то, что в этом микрорайоне отсутствуют кафе общепита.

В ближайших домах проводилось анкетирование, на предмет оказания услуг, что бы жители этого микрорайона хотели видеть на своей территории.

На территории располагается:

10 домов – 1750 человек;

1 больница – 15000 человек;

Пропускная способность больниц в будни – 200 человек;

Пропускная способность по выходным – 60 человек;

Пропускная способность детской поликлиники в будни – 80 человек;

Проектная мощность школы – 700 человек;

Проектная мощность детского сада – 500 человек;

- средний возраст проживающих – 37 лет;

- средний доход семьи – 38000 руб.

Исследование возрастной группы потребителей, представленных на рисунке 2, показывает процентное соотношение возрастов.



Рисунок 2 – Возрастная категория потребителей на 2017 год

В связи с тем, что доля пенсионеров ниже, чем в других районах города, доля потенциальных покупателей выше.

Для минимизации затрат на рекламную деятельность принято решение размещения рекламы в социальных сетях. Сайты социальных сетей – это по сути бесплатный доступ к информации, а количество пользователей интернета в настоящее время весьма велико. Размещение информации о пиццерии планируется в таких социальных сетях, как:

- Мой мир;
- Одноклассники;
- ВКонтакте;
- Facebook;
- Twitter.

Это позволит привлечь клиентов, повысить восприимчивость информации, охватить значительную часть потенциальных посетителей, обеспечить наличие обратной связи – замечания, пожелания, также произведет быстрое распространение информации.

Пиццерия планирует предоставлять следующие акции:

- с 8.00-10.00 – скидка – 10%
- скидка пенсионерам – 15%
- скидка школьникам – 5%
- скидка врачам – 5%

На примере, изображенном на рисунке 3, где представлена структура SWOT-анализа, видны факторы, влияющие на компанию.

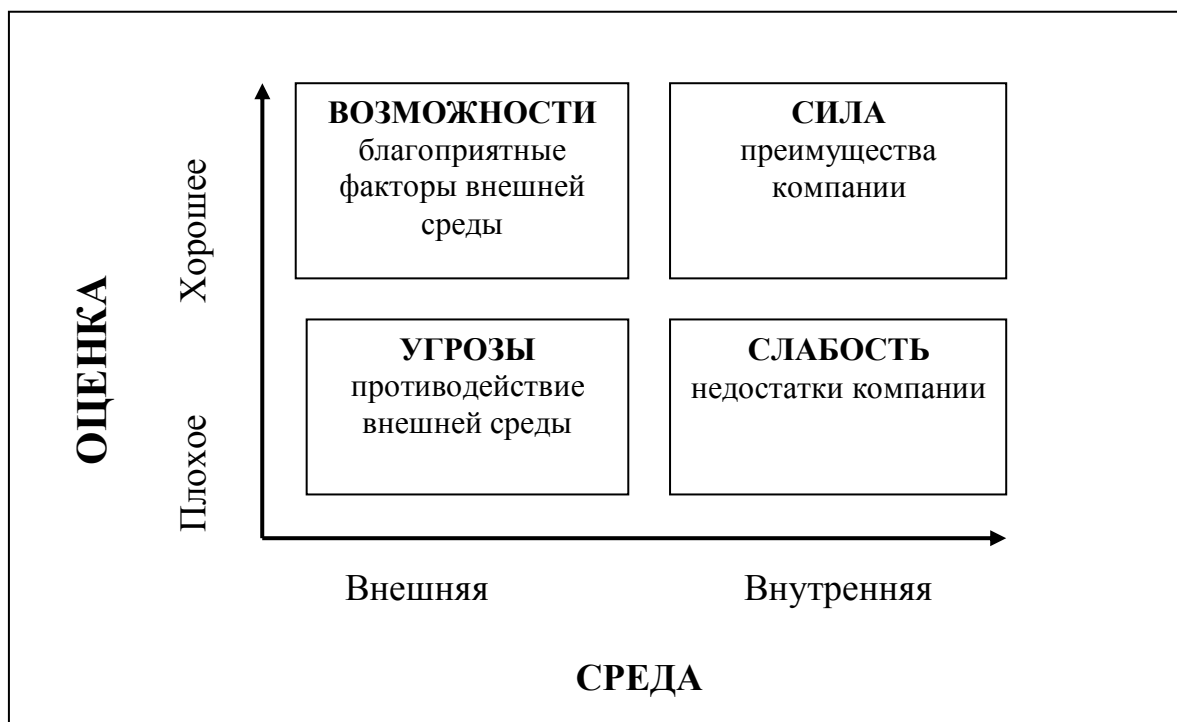


Рисунок 3 – SWOT-анализ

Проведем SWOT-анализ «Пиццерии у дома» и двух основных конкурентов: «Россо» и «Суббито» (таблица 3).

Таблица 3 – SWOT -анализ

Наименование	Пицца у дома	Россо	Суббито
Сильные стороны	Отсутствие пиццерии в микрорайоне; Наличие гибкой системы скидок; Индивидуальный подход и личностное отношение к каждому покупателю; Личные знакомства в районе (мы тут не «чужие»); Оригинальные рецепты; Личностный контроль за качеством сырья и производственного процесса.	Опыт работы на рынке 5 лет; Наличие филиальной структуры; Ассортимент свыше 10 наименований пиццы; Наличие доставки пиццы; Отработанная логистика доставки сырья; Наличие сайта; Наличие каналов продвижения (реклама)	Опыт работы 3 года на рынке города Красноярска; Ассортимент – 8 наименований пицц; Наличие доставки пиццы; Наличие сайта
Слабые стороны	Нет опыта на рынке; Отсутствие доставки; Отсутствие сайта	«Текучка», необходимость постоянных затрат на наём и обучение нового персонала, организацию системы контроля качества; Необходимость вести управленческий учёт, а также управлять опосредовано (пользуясь данными и оценочными суждениями менеджеров отделений пиццерий), что всегда хуже, чем непосредственное наблюдение «гембы» (места где происходит производство, продажа)	
Возможности	Быстро менять рецептуру, технологической карты; Искать поставщиков качественного сырья, в том числе и более мелких, ведь объём закупок в месяц не велик; Устанавливать личностные связи с каждым покупателем;	Открыть пиццерию рядом с «Пицца у дома»; Использовать новые технологии, посещать международные выставки, семинары	

Продолжение таблицы 3

Наименование	Пицца у дома	Россо	Суббито
Возможности	обеспечивать атмосферу тёплого разговора; Экспериментировать на месте с рецептурой, предлагать покупателям пиццу по индивидуальному рецепту; Изучить опыт действия сети пиццерий в г. Кемерово (наличие контакта с владельцем)		
Угрозы	Появление в районе сетевого конкурента или же просто конкурента; Усиление продаж через сервисы он-лайн; Появление новых каналов сбыта; Предъявление неожиданных требований СЭС, ЦСМ	Приход федеральных сетей на рынок Красноярска, ценовое давление мировых сетей	

Проведенный анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз позволяет сделать выводы и рекомендации относительно действий, которые стоит предпринять для снижения рисков бизнеса, а также усиления использования предлагаемых возможностей рынка за счет сильных сторон компании.

Рекламный план (таблица 4) – отражает перечень мероприятий нацеленных на привлечение потока клиентов. Задача рекламы – повышение дохода бизнеса за счет увеличения количества клиентов, а также за счет увеличения среднего чека. Например, через рекламу, нацеленную на узнаваемость и популяризацию конкретных товаров, по возможности высоко – маржинальных. Идеально, когда эти продукты внутренней разработки, то есть

продукты, по которым нельзя напрямую сравнить цены с компаниями – конкурентами.

Таблица 4 – Рекламный план

№ п/п	Наименования	Срок
1	Размещение информации об открытии	За 1 месяц до открытия
2	Съемка, монтаж, размещение рекламного ролика в социальных медиа	За 1 месяц до открытия
3	Распространение листовок	За неделю до открытия
4	Радиореклама	За 2 недели до открытия
5	Реклама на автомобиле	С момента открытия
6	Предоставление 20% скидки	В первый день открытия

Рекламный план представлен, как низко-бюджетный план мероприятий нацеленных на узнавание пиццерии, привлечение широкой массы покупателей.

2.2.5. Производственный план

Для открытия пиццерии самым главным документом, помимо других будет санитарно-эпидемиологическое заключение Роспотребнадзора на предмет соответствия помещений пиццерии действующим санитарным нормам и правилам.

Характеристика здания, где будет располагаться пиццерия – это пятиэтажное здание (жилой дом) с административными помещениями. Снабжение дома и нежилых помещений электроэнергией происходит из городской электросети, горячая, холодная вода из городского водопровода.

Схема снабжения пиццерии представлена в таблице 5

Таблица 5 – Поставщики и источники закупок пиццерии

Продукция	Поставщики и источники закупа
Мороженое	Славица Красноярск
Мука	ООО «Гарант»
Соль, сахар, сухие приправы	ООО «Алебарда»
Дрожжи, масло растительное, уксус, майонез,	ИП Бачкоров А. И.

Продолжение таблицы 5

Продукция	Поставщики и источники закупа
кетчуп, яйцо, молоко	
Овощи, фрукты, майонез, кетчуп, яйцо, сыр	ИП Круглова О. И.
Колбасные изделия, мясная продукция	Красноярская продовольственная компания (КПК)
Холодные напитки (соки, газированная вода, минеральная вода)	ИП Круглов О. Б.
Горячие напитки (кофе быстрорастворимый, чай)	ИП Бубнов А. Н.
Кола	ООО «Кока-Кола АВС Евразия»

ООО «Пицца у дома» работает с девятью надежными поставщиками на основании договоров поставки, в которых оговариваются все условия. Расчет с поставщиками производится ежемесячно.

Общая площадь арендуемого помещения под пиццерию составляет 46 м², и включает в себя четыре помещения представленных в таблице 6.

Таблица 6 – Характеристика помещений пиццерии

№ п/п	Наименование помещения	Площадь помещения
1	Холл	3 м ² (1,5 м×2 м)
2	Сан.узел для посетителей	3 м ² (1,5 м×1,5 м)
3	Торговый зал	25 м ² (5 м×5 м)
4	Рабочее помещение	15 м ² (5 м×3 м)
5	ИТОГО:	46 м ²

Представленных помещений вполне достаточно для выполнения всех необходимых функций в пиццерии.

Для комфортного пребывания в пиццерии (особенно в летний период) будет установлена система кондиционирования воздуха с автоматическим поддержанием оптимальных параметров температуры и влажности:

- температура воздуха 16-18° С;
- относительная влажность воздуха 60-65.

Также для рабочего помещения будет установлена хорошая система вентиляции [15].

В ООО «Пицца у дома» будут разрабатываться инструкции по охране труда и технике безопасности, а именно:

- Инструкция № 1 – ОТ водного инструктажа;
- Инструкция № 2 – ОТ для административно-управленческого персонала;
- Инструкция № 3 – ОТ по оказанию первой доврачебной помощи пострадавшим при несчастном случае;
- Инструкция № 4 – ОТ по охране труда для уборщика помещений;
- Инструкция № 5 – ОТ по противопожарной безопасности;
- Инструкция № 6 – ОТ по электробезопасности.

2.2.6. Организационный план.

Рассматриваются две формы собственности: Индивидуальный предприниматель и Общество с ограниченной ответственностью.

ИП – это физическое лицо, зарегистрированное в соответствии с законодательством, которое имеет право осуществлять предпринимательскую деятельность без образования, не образуя юридическое лицо [8].

Общество с ограниченной ответственностью – хозяйственное общество, уставной капитал которого разделен на доли; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей [4, стр. 87].

Для минимизации рисков, решено было применить форму собственности: Общество с ограниченной ответственностью.

Стандартный набор сотрудников пиццерии составляет:

- Пиццайоло (1-3 чел.)
- Официант (1-3 чел.)
- Мойщики посуды (1-2 чел.)
- Уборщик (1-2 чел.)
- Бухгалтер.

В нашем случае функции пиццайоло и официанта, а также и бухгалтера осуществляют супруги Александр и Светлана. Мойщик посуды и уборщик – функции выполняет наемный сотрудник. А при недостаточности времени, с ростом количества чеков будет передаваться на аутсорсинг, либо будет осуществлен наем персонала.

Организационные функции предполагается разделить следующим образом:

- Руководитель, бухгалтер: Александр.
- Пиццайоло, официант: Светлана.
- Мойщик посуды, уборщик: наемный сотрудник.

Должна быть обеспечена взаимозаменяемость.

Организационная структура может быть представлена следующим образом (рисунок 4).

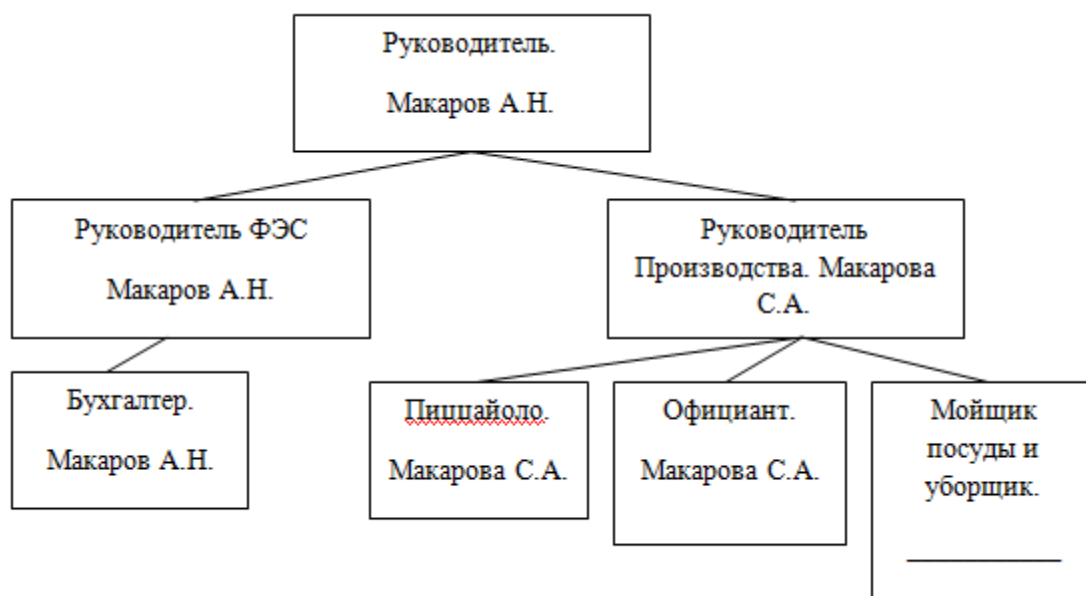


Рисунок 4 –Организационная структура ООО «Пицца у дома»

2.2.7. Финансовый план

Исходные данные:

Объем имеющихся в распоряжении инвестиций: 500 т. руб.

Выручка и себестоимость:

Средний чек: 120 руб.

Количество чеков в день: 150 шт.

Выручка в месяц: $0,12 \text{ т. руб.} \times 150 \text{ шт.} \times 30 \text{ дней} = 540 \text{ т. руб.}$

Рентабельность: 500%.

Себестоимость: $540 \text{ т. руб.} / 500\% = 108 \text{ т. руб.}$

Разовые затраты: 430 т. руб.

Стоимость оборудования: 200 т. руб. (частично б/у, в т. ч. стоимость восстановления б/у оборудования).

Ремонт помещения: 100 т. руб.

Вложения в запасы сырья: 50 т. руб.

Вложения в пуско-наладочные работы: 50 т. руб.

Проведение «дня открытия», промо-акции: 30 т. руб.

Ежемесячные затраты: 300,4 т. руб.

Приобретение сырья: 108 т. руб.

Аренда помещения: 20 т. руб.

ФОТ персонала: 100 т. руб.

Система налогообложения: УСН 6%, что составляет $540 \text{ т. руб.} \times 6\% = 32,4 \text{ т. руб.}$

Налоги, начисляемые на ФОТ: $100 \text{ т. руб.} \times 30\% = 30 \text{ т. руб.}$

Прочие расходы (услуги банка, канцелярия): 10 т. руб.

Расчетная прибыль: $540 - 300,4 = 239,6 \text{ т. руб.}$

Расчет окупаемости.

Первоначальные вложения 430 т. руб.

Прибыль 239,6 т. руб. в месяц.

Рассмотрим подробнее основные показатели финансового плана:

Выручка. Исходя из прогноза количества покупок в день (количество чеков) и плана по сумме среднего чека, возможно вычислить план поступления денежных средств.

Выручка = Количество чеков в день $\times$ количество дней в месяце $\times$ сумма среднего чека.

В нашем случае, есть прогноз по количеству чеков для каждого месяца с момента открытия. При этом количество чеков во втором месяце меньше, чем в первом. Предполагаем, что количество чеков в первый месяц будет больше второго из-за первичного интереса покупателя. Начиная со второго месяца, пропадет «эффект новизны», и в тоже время появятся уже постоянные покупатели, где не требуются вложения в привлечение постоянных клиентов.

На рисунке 5 представлен график отражающий динамику по количеству чеков в месяц.

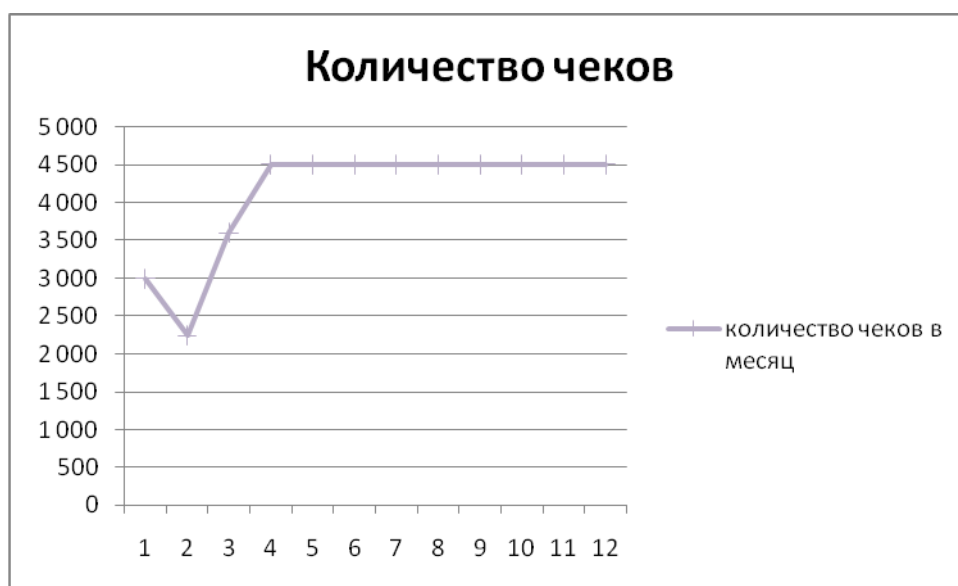


Рисунок 5 – Динамика увеличения чеков

Доходы напрямую зависят от количества чеков, поэтому кривая отражения динамики доходов во многом повторяет динамику «количества чеков» на рисунке 6:

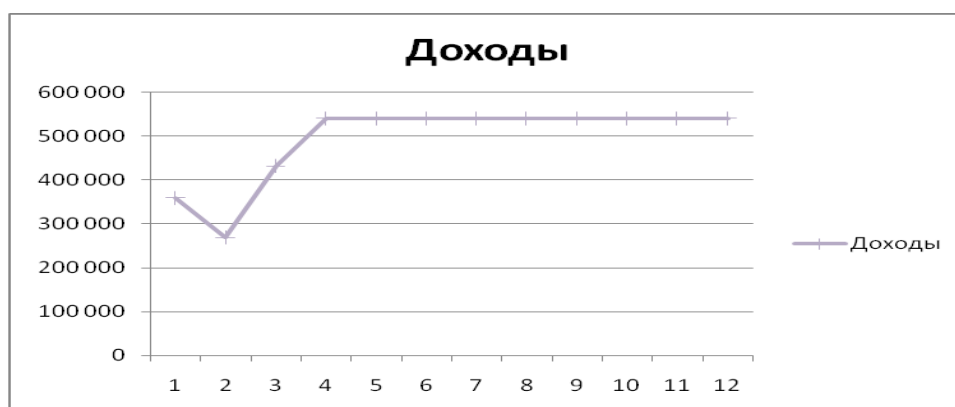


Рисунок 6 – Динамика доходов

Динамика доходов повторяет кривую количества чеков. И в данном случае – справедлива рекомендация, изложенная к динамике количества чеков: следует находить и реализовывать мероприятия, нацеленные на рост доходов

В связи с наличием прямой зависимости можно рекомендовать Владельцам бизнеса – уделять внимание двум составляющим формулы дохода: и количество чеков, и сумма среднего чека. Для каждого из составляющих существуют стандартные механизмы повышения показателя.

Так, например, для повышения суммы среднего чека стоит использовать высоко-маржинальные дополнительные покупки. Такие как жевательная резинка, увеличение ассортимента чая, возможно стоит рассмотреть продажу ингредиентов для пиццы. А возможно и организовать уголок: «сам себе кулинар», где за отдельную плату, возможно, было бы покупателям самостоятельно приготовить себе пиццу по желанию. Чрезвычайно важно в данном случае уделить особое внимание безопасности покупателя, ведь работы с жарочными поверхностями требуют особого внимания и навыков.

Количество чеков повышается через усиление продвижения: реклама прямая, косвенная. Акции: приведи друга и прочее.

Что касается расходов, то анализ долей статей расходов в общей сумме расходов за год показывает, что есть 3 статьи, наиболее сильно влияющие на общую сумму расходов: сырье, ФОТ, налоги от выручки. Что наглядно демонстрирует диаграмма долей расходов на рисунке 7:



Рисунок 7 – Расходы по статьям

Для экономии, возможно, поискать ресурсы оптимизации в каждой из статей, особенно в налогах. Однако, стоит помнить, что возможности экономии на расходах ограничены, как правило 5-20%. В то время как возможности увеличения доходов – практически ничем не ограничены. Поэтому, после успешного старта бизнеса, стоит уделить особое внимание вариантам увеличения доходов, но и не забывать о расходах. При этом строго следовать правилу: сумма расходов никогда не должна превышать сумму доходов. Особенно важно внимательно рассматривать кредитование. Ведь в «несезон», а также в периоды спадов экономики, как правило, наиболее тяжелыми для оплат оказываются статьи, слабо зависящие от выручки: это кредиты и заработная плата, в случае если заработная плата не зависит или же слабо зависит от доходов. В нашем случае – заработная плата вообще является константой.

На рисунке 8 диаграмма «Доходы и расходы» демонстрирует, что в финансовом плане доходы каждого месяца превышают расходы. Это весьма хорошо. И сотруднику ответственному за финансы, следует строго следить за тем, чтобы не допускать превышения расходов над доходами.

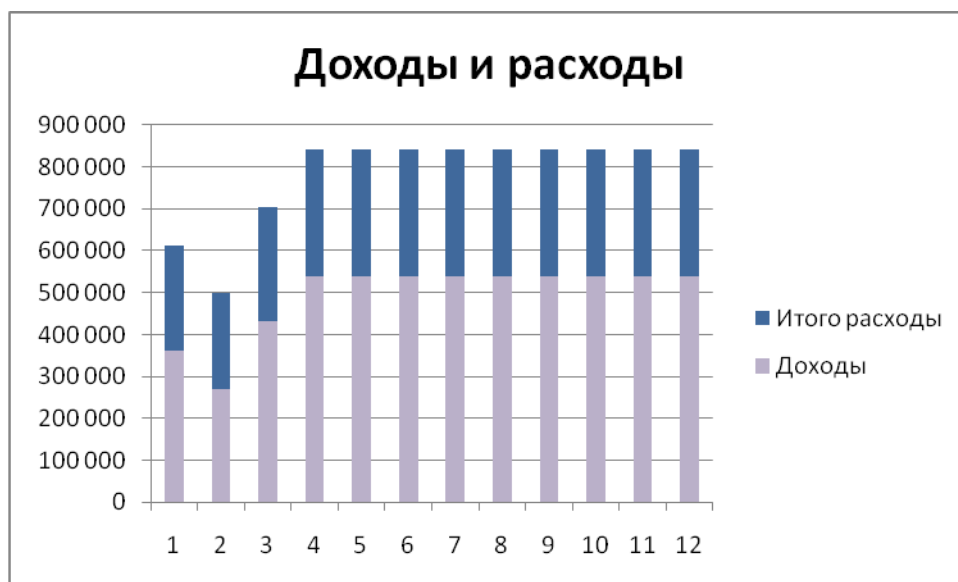


Рисунок 8 – Расходы по статьям

Отдельное внимание следует уделить дисконтированному денежному потоку. При сравнении дисконтированного и не дисконтированного денежного

потока, представленному на рисунке 9 – становится заметна разница, особенно к концу рассматриваемого периода – 1 год. Вызвана разница тем, что стоимость получаемых денежных средств, чем далее от точки приведения (в нашем случае – это начало), тем меньше стоят деньги (из-за влияния инфляции).



Рисунок 9 – График денежных потоков

На рисунке 10 представлен график денежного потока «нарастающим итогом» наглядно демонстрирует месяц, когда будут возвращены вложенные средства, тем самым возвращена «подушка безопасности семьи». С возможностью вложить эти средства в малорисковые активы (например, вклад в наиболее стабильные банки).



Рисунок 10 – График денежного потока нарастающим итогом

Поэтому, с учетом того, что выручка в первые три месяца работы пиццерии на уровне ниже расчетной, период окупаемости составит 4 месяца.

Вывод: первоначального капитала достаточно для начала работы пиццерии, и даже имеется «подушка безопасности» в размере 500000 руб. – 430000 руб. = 70000 руб.

Рентабельность в 500 % приводит к положительному денежному потоку уже в первый месяц работы. А вложения могут быть возвращены по истечении четвертого месяца работы.

Дополнительно рассчитаны финансовые показатели:

Денежный поток всего за первый год работы: 2 032 280 руб.

Дисконтированный денежный поток (ставка дисконтирования 1 % в месяц): 1 859 758 руб.

Рентабельность инвестиций (ROIC): $1\,859\,758 / 430\,000 \times 100 \% = 433 \%$ по итогам первого года.

Рентабельность собственного капитала: $1\,859\,785 / 200\,000 \times 100 \% = 929 \%$ по итогам первого года.

Финансовые показатели эффективности показывают, что по итогам планирования вложения в пиццерию многократно выгоднее альтернативных источников дохода, например банковских вкладов.

Финансовый денежный поток представлен в приложении А.

3. Рекомендации и предложения по развитию деятельности ООО «Пицца у дома»

3.1. Формирование маркетинговой стратегии

Применив SWOT-анализ для получения действий, то есть задач, направленных на развитие бизнеса, закрытие слабых сторон и угроз, для нашей пиццерии возможно выделить следующие рекомендации:

- 1) Использование сильных сторон для усиления доходов от возможностей внешней среды.

Составить план и специально обозначить способ: фиксировать «историю отношений» с каждым из покупателей. Возможно рассмотреть недорогие CRM – системы, позволяющие вносить дату первого посещения, ФИО, телефон, день рождения с тем, чтобы в дальнейшем проводить индивидуальные промо-акции и иметь личный контакт. Исследовать возможности современных CRM: с тем, чтобы понимать при входе клиента, или как минимум при расчете карточкой, или иным способом – кто пришел. Получать на экран сообщение о ранних переговорах, информацию о важных событиях покупателя, здоровье родственников и прочее. Все, чтобы дать покупателю уют и знание: его помнят не только потому что покупатель приносит деньги. Залог успеха в современном мире – открытость и эмпатия: установление дружеских и долговременных отношений человек – человек.

Исследовать тему «пироги в русской национальной кухне». Возможно блины, или иные приближенные к пицце изделия. Однородность технологий, оборудования – позволит предложить большой ассортимент, готовить пиццу под индивидуальные предпочтения каждого покупателя. Также рассмотреть варианты восточных и китайских кухонь (лаваши и пр.).

- 2) Использовать возможности внешней среды для преодоления слабостей.

Обязательно и отдельно проработать поставщиков. Применимо, и на стадии запуска, и регулярных поставщиков. Важна стабильность (иначе придется прямо таки в буквальном смысле «заморозить» денежные средства в дополнительных запасах, иначе никакие компенсации не помогут в случае

поставки сырья недостаточного качества). Особое внимание стоит уделить системе логистики (кто и когда делает заказ поставщику, как определяется срок поставки, на сколько поставщик готов закрывать заказ в полном объеме и доставлять заказ в срок, также важен вопрос – предупреждение о невозможности выполнить заказ полностью, либо доставить в срок).

Местный рынок, небольшие объемы дает возможность рассмотреть более мелких поставщиков – фермеров. Здесь есть возможность получить сырье значительно более высокого качества (состав, свежесть, отсутствие заморозки). Красноярск окружает значительное число деревень, где есть и фермеры. Должна быть доступна база таких фермеров в администрации, в отделах районных администраций, органах по развитию предпринимательства. Также фермеров безусловно возможно найти на выставках – обязательно к посещению для развития деловых связей и усиления качества сырья.

3) Силы для устранения угроз.

Стоит изучить требования всех контролирующих структур. Как минимум составить список с контактами и телефонами. Возможно, привлечь юриста для определения необходимых действий.

Изучить планы сетей через собеседования с сотрудниками, ранее работавшими в сетях – конкурентах. Также бывшие сотрудники – ценный источник информации об инфраструктурных новинках как в производственных процессах и процессах продвижения продукции, так и в управлении пиццерией, взаимоотношениях с покупателями. Может быть предоставлена информация и о логистике, наиболее дисциплинированных поставщиках сырья, а также условиях работы с поставщиками сырья (качество, частота поставок, минимальный заказ, цены, отсрочка оплаты и пр.).

4) От каких слабостей избавиться для предотвращения угроз.

Опыт. По возможности максимально быстро и полно изучить опыт работы сети пиццерий в г. Кемерово. Буквально изучить, как на практике работают все процессы: логистические, управленческие, производственные, процессы рекламы, продажи и пр. Взять опыт и условия работы с

поставщиками сырья. Уделить особое внимание федеральным поставщикам: наверняка в Красноярске есть те же фирмы, что и в Кемерово. Разместить объявление о найме различного персонала, воспользовавшись опытом местных пиццерий.

Понять на сколько критично важна доставка. В связи с локализацией – все дома района рассматриваемого для действия пиццерии находятся в шаговой доступности (максимум 5 минут), на первоначальном этапе – возможно организовать и доставку силами сотрудников пиццерии без использования автомобиля.

Провести анализ и запустить сайт в минимальном уровне: кто мы, основные принципы работы, контакты, продукция. Важно уделить внимание и социальным сетям. Как возможность – рассмотреть выкладку он-лайн производственного процесса, либо видео – записей. Ведь каждого покупателя безусловно волнует не только цена, вкусовые качества продукции, но и ингредиенты и «чистота» самого производственного процесса.

Важно не забывать и проводить SWOT-анализ для нашей пиццерии один раз в квартал, но не реже 1 раза в полгода. Для здорового и быстрого развития, стоит регулярно уделять внимание не только самому производственному процессу и продажам, но и управлению, рискам, возможностям. Проводить анализ поступающих задач на приоритетность и заниматься только самыми приоритетными: снижающими риски, а более важными – приносящими доход (увеличение размера дохода, ускорение получения дохода). Ведь в современном мире у каждого бизнеса, каждого менеджера существует неограниченное количество задач, поэтому проводить анализ и делать только то, что наиболее важно – верно для достижения поставленных целей.

3.2. Открытие сети пиццерий

После того, как первая пиццерия выйдет на самоокупаемость, и будут подтверждены теоретические предпосылки и исследования, изложенные в бизнес плане, стоит рассмотреть открытие филиалов пиццерии. А в случае

успешного построения филиальной сети, по территориальному распространению: как в пределах Красноярска, так и за его пределами, через 2-3 года, оптимизировать процесс управления, и рассмотреть возможности выхода на рынки других стран.

Это уже будет выход бизнеса на более высокий уровень – мировой уровень. Для этого потребуются не только финансы, но и слаженная, хорошо продуманная корпоративная культура организации. Ведь хочется дарить людям радость, не только клиентам, которые посещают пиццерию, но и обслуживающему персоналу – чтобы сотрудники шли на работу, как на праздник и любили свое дело. Для этого потребуется долгий и кропотливый труд в связи с решением следующих задач:

1) Корпоративная политика фирмы – будет включать в себя, такие принципы:

- клиент всегда прав или даже «клиент-босс»;
- белая заработная плата в соответствии с Трудовым законодательством РФ;
- ДМС – дополнительное медицинское страхование;
- социальные гарантии сотрудников;
- отмена штрафов;
- система мотивации, построенная на премированиях и прочих поощрениях;
- система доверия не отменяющая подчинения;
- использование в технологии приготовления только качественных, свежих продукты без добавления ароматизаторов и консервантов;
- административный персонал с более гибким графиком работы, без строгой привязки к началу рабочего дня, но с отработкой своего рабочего времени в виде решения поставленных задач на день;
- качественный отбор сотрудников в пиццерию с помощью профессиональных HR – менеджеров, где на работу принимаются люди, которые соединили в себе два понятия – профессия и призвание.

2) Бренд. Для большей узнаваемости на рынке разработать торговую марку пиццерии.

3) PR (связь с общественностью);

4) Для развития бизнеса и продвижения производства организовать в магазинах прилавки со своей узнаваемой продукцией. Пицца может доставляться в магазин в трех вариантах:

- доведенная до полуготовности – а непосредственно в магазине доводится до готовности и продается, уже в свежем горячем виде;

- без термообработки – при покупке которого, покупатель сам доводит продукт до готового состояния путем разогрева в микроволновой печи, либо в духовом шкафу;

- путем резкой заморозки теста после 10 минут приготовления – это технология приготовления, ноу-хау, которая появилась на рынке относительно не давно и успела зарекомендовать себя. Пицца также в магазине доводится до готового состояния и продается горячей.

5) Заключить договоры поставки пиццы с кафе, боулингами и бильярдными клубами, в меню которых отсутствует пицца.

6) Организовать доставку пиццы по городу. Пицца будет доставляться только в горячем виде.

3.3. Улучшение охраны труда сотрудников пиццерии

Для создания привлекательных и безопасных условий труда на своем рабочем месте, как в отрасли общепита, так и в любой другой важную роль играет вопрос охраны труда. Вопрос охраны труда в России за последние несколько лет повысил свои обороты в части ужесточения ответственности работодателя перед сотрудниками.

При создании нового бизнеса или расширении текущего рекомендуется не скупиться и пройти специальную оценку условий труда (СОУТ), или известную до января 2014 года, как аттестацию рабочих мест.

СОУТ проводят отдельные организации, специализирующиеся в этой области. Измеряются такие показатели, как освещенность, шум, вибрация, тепло – что позволит иметь представление о рабочем месте сотрудника и разных факторах воздействия на его организм. Это позволит руководителю своевременно следить за прохождением медицинского осмотра и разных выплат за неблагоприятные условия труда, которые устанавливаются при проведении СОУТ. Тем самым руководитель обезопасит себя от рисков Предписаний с уплатой штрафов надзорных органов, а сотрудники будут видеть добросовестное и ответственное поведение работодателя и своих социальных гарантий, прозрачность отношений при устройстве на работу.

Заключение

Рассмотренный проект открытия семейного бизнеса «Пиццерия у дома» является эффективным. Накоплений семьи (500000 руб.) достаточно для открытия пиццерии (430000 руб.). Срок окупаемости всего 4 месяца позволяет вернуть вложенные средства, а сам бизнес может развиваться за счёт прибыли.

Район открытия пиццерии подобран удачно: отсутствуют кафе и пиццерии, в то время как присутствует три крупных сегмента покупателей: жильцы, рабочие и посетители районной детской поликлиники и городской больницы. Особенно рекомендуется развитие личностных отношений и персональных связей, ведь 2 категории из основных трёх (жильцы и работники поликлиники и больницы) – регулярно присутствуют в районе пиццерии.

Персонала достаточно, и в то же время стоит спланировать увеличение численности персонала сразу после того, как проект «вернёт» вложенные средства. Отдельное внимание стоит уделить фиксации «знаний» в виде инструкций, описания технологических процессов. А также полезным будет сохранять знания о покупателях (CRM – система). Проводить акции-поздравления к дням рождения и другим памятным датам для покупателей.

Ассортиментная политика включает в себя возможность приготовления пиццы с учётом персональных особенностей покупателей. Это очень хорошо и стоит уделить отдельное время развитию ассортимента в части национальных блюд схожих по технологическому циклу и по возможности сырья с пиццей (пироги, блины, лаваш и пр.).

Список используемой литературы

1. Акулич, И. Л. Маркетинг 8-ое издание/ И. Л. Акулич.- Минск: Высшая школа, 2014. - 543 с.
2. Бекетова, О. Н. Бизнес-планирование : учебное пособие/ О. Н. Бекетова, В. И. Найденков - Саратов: Научная книга, 2012. - 159 с.
3. Гайнутдинов, Э. М. Бизнес-планирование : учебное пособие/ Э. М. Гайнутдинов, Л. И. Поддерегина. - Минск: Высшая школа, 2011. - 207 с.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 №51-ФЗ (ред. от 28.03.2017).
5. Грибов, В. Д. Экономика организации (предприятия) / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов, В. А. Кузьменко. - 6-е изд. – М.: Кнорус, 2012. - 416 с.
6. Карамов, О. Г. Бизнес-планирование : учебное пособие / О. Г. Карамов - М.: Евразийский открытый институт, 2010. - 124 с.
7. Котлер, Ф. Маркетинг Менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - 12-ое изд. - СПб.: Питер, 2007. - 816 с.
8. Курноскина, О. Г. Юридические лица и индивидуальные предприниматели. Создание, реорганизация, ликвидация / О. Г. Курноскина - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2008. - 134 с.
9. Мазилкина, Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Е. И. Мазилкина - М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010. - 300 с.
10. Панов, А. И. Стратегический менеджмент : учебное пособие для студентов вузов / А. И. Панов, И. О. Коробейников, В. А. Панов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 302 с.
11. Подгорнов, В. В. Swot-анализ как инструмент управления интегрированной экономической системой [Электронный ресурс] / В. В. Подгорнов. - Режим доступа: Web:http: <http://cyberleninka.ru/article/n/swot-analiz>
12. Ронда, Абрамс. Бизнес-план на 100% : стратегия и тактика эффективного бизнеса / Абрамс Ронда - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 496 с.
13. Словарь предпринимателя / М.: Дашков и К, 2016. - 580 с.

14. Словарь финансово-экономических терминов / А. В. Шаркова. - М.: Дашков и К, 2017. - 1168 с.
15. Справочная правовая система КонсультантПлюс. ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
16. Толмачева, Р. П. Экономическая история / Р. П. Толмачева. - М.: Дашков и К, 2014. - 320 с.
17. Учебно-методический портал. Основы менеджмента [Электронный ресурс] / Режим доступа: Web: <http://bmanager.ru/articles/biznes-plan>
18. Учебно-методический портал. Экономическая оценка инвестиций [Электронный ресурс] / Режим доступа: Web: <http://eumtp.ru/?p=2260>
19. Шайдуллова, А. И. Роль малого бизнеса в экономике России / А. И. Шайдуллова, Н. Н. Быкова // Вестник НГИЭИ. - 2015. - № 3 (46). - С. 93-96.
20. Энциклопедия Википедия. Малое предпринимательство [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Малое_предпринимательство
21. Словарь-справочник по экономической теории (учебное пособие для студентов сельскохозяйственных вузов) [Электронный ресурс]/ И.В. Грузков [и др.].- Электрон. текстовые данные.- Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, ТЭСЭРА, 2014.- 380 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48259.html>.- ЭБС «IPRbooks».

Приложение А

Таблица 7 - Денежный поток.

№ п.п.	Месяц	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого (в руб.)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
2	Наименования статьи														
3	Приобретение оборудования и ремонты	-430 000													-430 000
4	Доходы:		360 000	270 000	432 000	540 000	540 000	540 000	540 000	540 000	540 000	540 000	540 000	540 000	5 922 000
	количество чеков в день		100	75	120	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
	количество чеков в месяц		3 000	2 250	3 600	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500	49 350
	средний чек		120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	
5	Приобретение сырья		72 000	54 000	86 400	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000	108 000	1 184 400
6	ФОТ		100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	1 200 000
7	Налоги от выручки (6%)		21 600	16 200	25 920	32 400	32 400	32 400	32 400	32 400	32 400	32 400	32 400	32 400	355 320
8	Налоги от ФОТ (30%)		30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	30 000	360 000
9	Аренда		20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	240 000
10	Прочие (услуги банка, канцелярия и пр.)		10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	120 000
11	Итого расходы		253 600	230 200	272 320	300 400	300 400	300 400	300 400	300 400	300 400	300 400	300 400	300 400	3 459 720
12	Денежный поток за месяц	-430 000	106 400	39 800	159 680	239 600	239 600	239 600	239 600	239 600	239 600	239 600	239 600	239 600	2 032 280
13	Денежный поток нарастающий итогом	-430 000	-323 600	-283 800	-124 120	<u>115 480</u>	355 080	594 680	834 280	1 073 880	1 313 480	1 553 080	1 792 680	2 032 280	
14	Дисконтированный денежный поток (12% в год)	-430 000	105 336	39 008	154 937	230 159	227 857	225 579	223 323	221 090	218 879	216 690	214 523	212 378	1 859 758

Последний лист бакалаврской работы

Бакалаврская работа выполненная мною самостоятельно.

Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеются ссылки на них.

Отпечатано в 2 экземплярах.

Библиография составляет 21 наименование.

Один экземпляр сдан на кафедру «___»_____2017 г.

Дата «___»_____2017 г.

Студент _____ (Светлана Александровна Макарова)