

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт общественных наук
Кафедра экономики и менеджмента

Бизнес-план в сфере услуг

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. кафедрой
_____ С.Л. Фоменко

Исполнитель:
Чернухина Диана Алексеевна,
обучающийся БУ-41 группы
4 курса очного отделения

подпись

Научный руководитель:
Толстых Ольга Александровна,
канд.пед.наук, доцент

Екатеринбург 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА В СФЕРЕ УСЛУГ.....	6
1.1 Сущность бизнес-плана и подходы к его составлению.....	6
1.2 Структура бизнес-плана.....	16
1.3 Особенности составления бизнес-плана в сфере услуг.....	27
Выводы по первой главе.....	30
ГЛАВА 2. БИЗНЕС-ПЛАН КУЛИНАРНОЙ СТУДИИ «МАСТЕРШЕФ».....	32
2.1 Резюме.....	32
2.2 Описание предприятия и отрасли.....	33
2.3 Описание продукции.....	35
2.4 Маркетинговый план.....	44
2.5 Производственный план.....	52
2.6 Организационный план.....	65
2.7 Финансовый план.....	69
2.8 Оценка рисков и их страхование.....	73
Выводы по второй главе.....	75
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	77
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	80
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	84

ВВЕДЕНИЕ

Весьма важную роль в экономике страны, в её стабильном финансовом состоянии играют предприятия малого бизнеса, рыночная деятельность которых способствует ускорению экономического роста государства, позволяет нейтрализовать безработицу, и другие негативные явления рыночной экономики, а также является одним из эффективных путей самореализации человека. Кроме того, в нынешних условиях приоритеты подобных предприятий не ограничиваются только этим.

Малый бизнес наиболее динамично осваивает новые виды экономической деятельности, развивается в отраслях не привлекательных для крупного бизнеса. И здесь, важной областью малого бизнеса является сфера предприятий общественного питания, которая в силу влияния объективных и субъективных факторов является весьма привлекательной для малого бизнеса, что позволяет говорить о постоянно увеличивающейся численности малых предприятий в данном отраслевом конгломерате. Так доля малого бизнеса в России, занимающаяся предоставлением услуг в сфере общественного питания от общей численности малых предприятий составляет – 60-80 %. Таким образом, предпринимательство становится массовым, что обусловлено, прежде всего, развитием данной сферы, возможностями, предоставляемыми для малого бизнеса в данной сфере.

С данной точки зрения **актуальность** исследования связана с тем, что во внешней среде происходят изменения, которые обусловлены активным развитием рыночных отношений и ужесточением конкурентной среды. В связи с этим, современная экономическая ситуация, вынуждает предпринимателей искать и использовать прогрессивные формы, модели и инструменты, способствующие эффективной организации бизнеса в

масштабе малого предприятия и облегчающих его внедрение в струю рыночных отношений. Одним из таких инструментов является бизнес-планирование, которое позволяет управлять по предварительному плану, а не просто реагировать на события.

Следовательно, создание бизнеса в сфере услуг несёт за собой некоторые трудности и проблемы связанные с нехваткой денежных средств и с источниками их получения, с отсутствием полноты, точности и достоверности информации о множестве факторов внешней и внутренней среды. В связи с этим, каждый предприниматель, начиная свою деятельность, должен ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь чётко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе работы организации.

Противоречие: в необходимости открытия кулинарной студии и отсутствие бизнес-плана.

Проблема: отсутствие бизнес-плана по открытию предприятия в сфере услуг кулинарной студии «МастерШеф».

Объект исследования: бизнес-план.

Предмет исследования: бизнес-план предприятия сферы услуг.

Цель исследования: разработать бизнес-план по открытию предприятия сферы услуг – кулинарной студии «МастерШеф» в Ленинском районе г. Екатеринбурга.

Задачи исследования:

1. Изучить теоретические аспекты разработки бизнес-плана в сфере услуг.
2. Проанализировать существующий рынок.
3. Разработать план маркетинга кулинарной студии «МастерШеф».
4. Разработать производственный и организационный планы кулинарной студии «МастерШеф».
5. Рассчитать эффективность предприятия и риски создания

кулинарной студии «МастерШеф».

В работе используется комплекс взаимодополняющих **методов исследования**: теоретические: научная абстракция, метод сопоставлений и аналогий, индуктивный и дедуктивный методы; эмпирические: методы экономического исследования (статистико-экономический, расчётно-конструктивный), сценарный метод и социологические методы (наблюдение, анкетирование, беседа), что и послужило методологической основой данного исследования.

Теоретическая и методологическая основа исследования нашла своё отражение в современной экономической литературе. Активное теоретическое исследование проблем связанных с формированием и развитием малого бизнеса, порядок и составление бизнес-плана для малых предприятий посвящены работы многих отечественных и зарубежных авторов.

Различные аспекты данной области отражены в трудах различных учёных-экономистов А. В. Бусыгина, В. Н. Чапека, В. В. Семенихина, Е. А. Громова, С. Н. Загладина.

Различные аспекты бизнес-планирования на малых предприятиях нашли своё отражение в трудах таких авторов как С. В. Петуховой, А. Н. Петрова, В. П. Бурова, А. Л. Ломашкина, А. С. Пелиха. Среди зарубежных авторов представляют интерес работы таких авторов, как Поли Берд, Фил Стоун и др.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка литературы из 48 источников. Текст работы проиллюстрирован 8 рисунками, 19 таблицами, 1 приложением.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА В СФЕРЕ УСЛУГ

1.1 Сущность бизнес-плана и подходы к его составлению

Особое значение в российских условиях приобретают разработка и реализация планов организации и развития бизнеса - бизнес-планов. Статистические данные о неудачах новых предприятий указывают на то, что риск достаточно велик. Для предвидения и возможного предотвращения этих проблем используется бизнес - план.

Бизнес-план появился у нас в начале 90-х годов и был принципиально отличным от действующих документов [43, с. 34].

Сейчас уже многие предприятия разрабатывают бизнес-планы по собственным методикам и рекомендациям, разрабатывают подробные перечни вопросов, на которые следует ответить в данном документе.

Понятие бизнес-плана является русским эквивалентом английского, означающего план дела, бизнеса, коммерческой деятельности, торговли. В определенном смысле это понятие связывают с предпринимательской деятельностью.

Бизнес-план является традиционным для рыночной экономики документом, без которого в сфере бизнеса не предпринимаются никакие сколько-нибудь серьезные действия. В определенном смысле он представляет собой формализацию системного подхода к процессу планирования, форму обоснования экономической целесообразности выбранных фирмой направлений деятельности и использования тех или иных источников финансирования этой деятельности, оценки ожидаемых финансовых результатов (продажи, прибыли, отдачи от вложенного капитала) [15, с. 56].

Бизнес-план - краткое, точное доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, важнейший инструмент при рассмотрении не действительной большого количества различных ситуаций, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить средства для их достижения. Он является основным средством менеджмента. В нем определяются цели деятельности предприятия и пути их достижения [15, с. 17].

Бизнес-план призван ответить на три ключевых вопроса (рис.1):

1. Каково текущее состояние бизнеса?
2. Каково желаемое состояние?
3. Как наиболее эффективно достичь желаемого состояния?

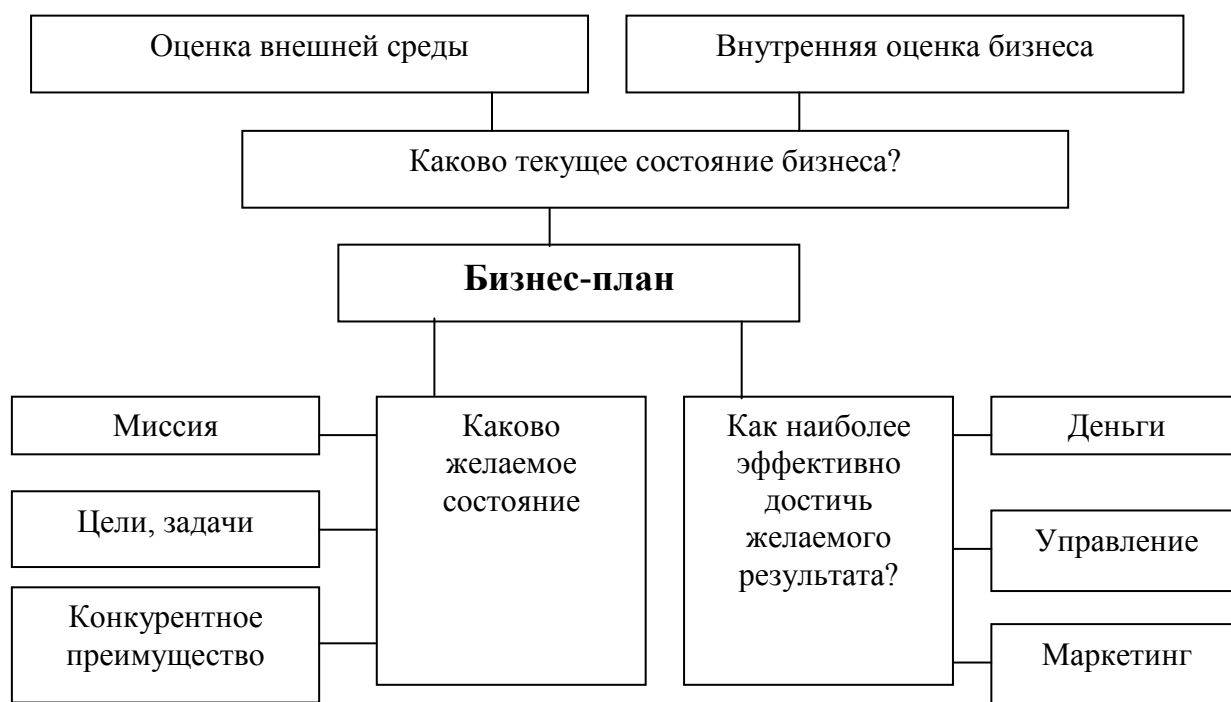


Рис. 1. Контуры бизнес-плана [12, с. 87]

Также о бизнес-плане можно сказать, что это постоянно действующий документ, в который вносят изменения и дополнения.

Бизнес-план систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри фирмы, так и с изменениями на рынке, где действует фирма, и в экономике в целом. Бизнес-

план увязывает внутрифирменный и макроэкономический анализ, который проводится специализированными научными организациями [15, с. 58]. Его, как правило, составляет каждая фирма, хотя возможности подготовки таких документов могут быть различны: мелкая фирма для разработки бизнес-плана может привлекать специалистов консалтинговых организаций.

В связи с тем, что бизнес-план представляет собой результат исследований и организационной работы, имеющей целью изучение конкретного направления деятельности фирмы (продукта или услуг) на определенном рынке в сложившихся организационно-экономических условиях, он опирается на [21, с. 53]:

- конкретный проект производства определенного товара (услуг) - создание нового типа изделий или оказание новых услуг (особенности удовлетворения потребностей и т.д.);

- всесторонний анализ производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности, целью которого является выделение ее слабых и сильных сторон, специфики и отличий от других аналогичных фирм;

- изучение конкретных финансовых, технико-экономических и организационных механизмов, используемых в экономике для реализации конкретных задач.

В данной работе разработан бизнес-план для оказания услуг в кулинарной студии.

Бизнес-планирование - творческий процесс, требующий профессионализма и искусства.

Для практической реализации бизнес-планирование как процесса представляется возможным соблюдение основополагающих принципов [14, с. 121]:

- гибкости, предусматривающей постоянную адаптацию к изменениям среды, в которой функционирует данная организация. Предполагает разработку альтернативных планов при высокой вероятности наступления того или иного события;

– непротиворечивость (согласованность) различных видов планов предприятия. Планы предприятия должны быть взаимно поддерживающими. Выполнение плана работы одного подразделения не должно нарушать ход работы других подразделений и предприятия в целом. Напротив, выполнение плана работы всего предприятия зависит от выполнения частных планов отдельных его подразделений. Согласованность планов достигается тогда, когда обеспеченно единство, взаимосвязь действий всех планирующих органов предприятия;

– коммуникативность, под которой понимается координация и интеграция усилий. Предприятие в целом и каждое его подразделение должно иметь четкие ориентиры для своей хозяйственной деятельности;

– многовариантности, позволяющей выбрать наилучшую из альтернативных возможностей достижения поставленной цели. При этом план должен быть рассчитан на достижение максимально возможных результатов;

– участия, предполагающего важность самого процесса планирования с точки зрения вовлечения в него всех возможных участников будущей организации. Планирование должно охватывать все стороны деятельности предприятия: производство и сбыт продукции, материально-техническое обеспечение, использование производственных фондов, наем персонала и оплату труда, деятельность вспомогательных служб и подразделений, социальные процессы в коллективе. В каждой из этих сфер устанавливаются объемы планируемых работ и сроки их выполнения, выделяются необходимые ресурсы;

– адекватности отражения реальных проблем и самооценки в процессе планирования. Если предприятие принимает заведомо невыполнимые планы, происходит сбой работы всех подразделений, так что невозможно определить виновника нарушения плановой дисциплины. Реалистичность плана позволяет наладить четкий контроль его выполнения.

И сегодня в отечественной практике существует огромное многообразие его определений, отчасти заимствованных из зарубежного опыта. Но необходимо осознавать, что простого перевода содержательной его части для нас может быть недостаточно, равно, как и то, что многие из западных методик могут попросту не работать в российских условиях, если в них не будет учитываться специфика нашей экономики. Существует несколько определений бизнес-плана, заимствованных из разных источников:

«Бизнес-план представляет собой документ внутрифирменного планирования, излагающий все основные аспекты планирования производственной и коммерческой деятельности предприятия, анализирующий проблемы, с которыми оно может столкнуться, а также определяющий способы решения финансово-хозяйственных задач» [26, с. 72].

«Бизнес-план - объективная оценка собственной предпринимательской деятельности предприятия, фирмы и в то же время необходимый инструмент проектно-инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка и сложившейся ситуацией» [24, с. 18].

«Бизнес-план - это программа действий предпринимателя, обоснованная целевым анализом конъюнктуры рынка, инвестиций, товаров, услуг, собственных задач и ресурсов» [13, с. 22].

«В рыночной экономике бизнес-план является рабочим инструментом и для вновь создаваемых и для действующих фирм, используемым во всех сферах предпринимательства» [16, с. 27].

Последнее определение характеризует бизнес-план, который будет разработан в данной работе.

Таким образом, бизнес-план предполагает оценку собственной предпринимательской деятельности фирмы и целевую оценку конъюнктуры рынка, является программой действий предпринимателя, необходимым рабочим инструментом проектно-инвестиционных решений и

внутрифирменного планирования, используемым во всех сферах предпринимательства [15, с. 59]. Он актуален, как и для вновь создаваемых, так и для действующих фирм.

В наше время бизнес-план становится для предпринимателя все более важным документом. Ни одна компания не сможет выразить цели своего существования или получить финансирование без грамотно разработанного бизнес-плана. Если не представить грамотный бизнес-план, никто не будет серьезно рассматривать идею.

Хорошо разработанный бизнес-план помогает предприятию: расти, завоевывать новые позиции на рынке, где оно функционирует, составлять перспективные планы своего развития, концепции производства новых товаров и услуг и выбирать рациональные способы их реализации. То есть в нем описываются основные аспекты будущего предприятия, с достаточной полнотой анализируются проблемы, с которыми оно столкнется, и самыми современными методами определяются способы решения этих проблем. План призван показать работникам и потенциальным инвесторам целостность предлагаемого курса развития, продемонстрировать, как одно вытекает из другого.

Не будет большим преувеличением назвать бизнес-план основой управления, как коммерческим проектом, так и самим предприятием осуществляющим этот проект. Ведь благодаря бизнес-плану у руководства появляется редкая возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны, может быть, даже глазами придирчивого эксперта. Да и сам процесс разработки бизнес-плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет «собраться», мобилизоваться, сосредоточиться.

Бизнес-план может быть подготовлен менеджером, предпринимателем, фирмой, группой фирм или консалтинговой организацией. Если у менеджера возникла идея освоить изготовление нового продукта, оказать новую услугу или просто новый метод организации и управления производством, он

предлагает свою идею для бизнес-плана. Если он собирается реализовать свою концепцию самостоятельно (как самостоятельный предприниматель), он создает свой бизнес-план. Для разработки стратегии развития крупной фирмы создается развернутый бизнес-план.

Предприятия, работающие в стабильной ситуации и производящие продукты для достаточно устойчивого рынка при росте объемов производства, разрабатывают бизнес-план, направленный на совершенствование производства и поиск путей снижения его издержек. Однако все эти предприятия постоянно предусматривают мероприятия по модернизации производимой ими продукции (услуг) и формируют их в виде локальных бизнес-планов [26, с. 34].

В рыночной экономике существует множество версий бизнес-планов по форме, содержанию, структуре и т. д. (рис. 2).

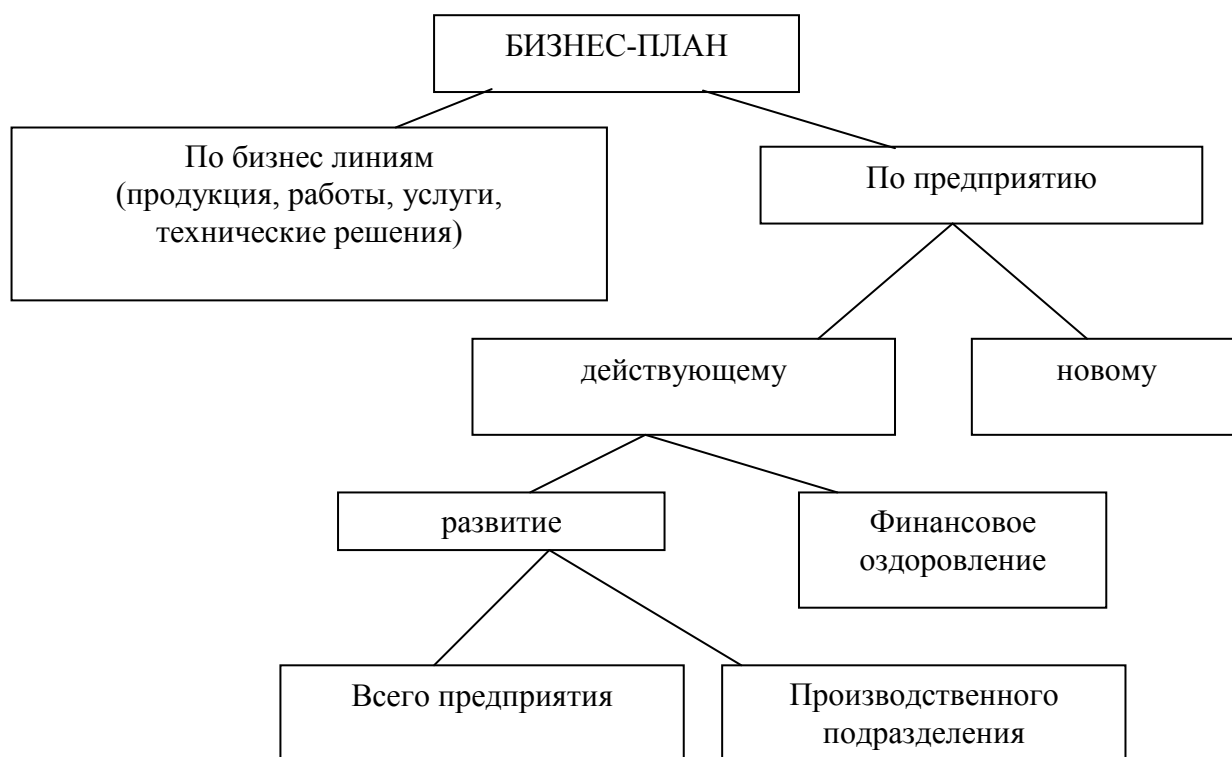


Рис.2. Типология бизнес-планов по объектам бизнеса [11, с. 126]

В данной работе будет разработан бизнес-план для нового предприятия, основной целью которого будет являться оказание услуг.

Бизнес-план является одним из основных документов, определяющих стратегию функционирования фирмы. Реализация стратегии основывается на широких инвестиционных программах, составленных как целая система взаимосвязанных технических, организационных и экономических изменений на определенный период. Бизнес-план охватывает одну из частей инвестиционной программы, срок реализации которой, как правило, ограничен несколькими годами (часто корреспондирующими со сроками среднесрочных или долгосрочных кредитов), позволяющей дать достаточно четкую экономическую оценку намеченным мероприятиям [11, с. 128].

Итак, в стратегической работе фирмы прослеживается следующий порядок [14, с. 21]:

- 1-й этап. Разработка концепции развития.
- 2-й этап. Инвестиционная программа.
- 3-й этап. Бизнес-план на среднесрочный период.
- 4-й этап. Мероприятия по реализации бизнес-плана.

Особенностью бизнес-плана как стратегического документа является его сбалансированность по постановке задач с учетом реальных финансовых возможностей фирмы [14, с. 22]. Чтобы бизнес-план был принят, он должен быть обеспечен необходимыми финансовыми ресурсами. Это в значительной мере определяет характер проектов (концепций), которые изучаются при разработке бизнес-плана. Эти проекты должны быть не только инновационными, т.е. отличаться научно-технической новизной, но и достаточно полно проработанными, показывать, какие затраты необходимы на их реализацию и что это экономически даст (какой доход принесет). Степень инновационности и рискованности проекта определяет способы привлечения капитала. В то же время включение самого проекта в бизнес-план становится возможным лишь в том случае, если определены источники его финансирования.

Предприятия, выпускающие продукцию при постоянном риске, прежде

всего систематически работают над бизнес-планами по освоению новых видов продукции, по переходу на новые поколения изделий и т.д.

Если предприятие, наметив значительный рост производства вновь осваиваемых или традиционных продуктов, не имеет достаточно собственных мощностей для их производства, то оно может пойти либо путем привлечения капитальных вложений для создания новых мощностей, либо путем поиска партнеров, которые будут изготавливать определенные узлы, детали, выполнять технологические процессы, оно также разрабатывает соответствующий бизнес-план. Вторым путем, как правило, обеспечивает ускоренное решение задач и требует меньше средств. В этом случае уже на стадии разработки бизнес-плана определяют требования к будущему производству [23, с. 57].

Бизнес-план оценивает перспективную ситуацию как внутри фирмы, так и вне ее. Бизнес-анализ внешней среды и текущего состояния предприятия является необходимой предпосылкой разработки эффективного плана. Он нацелен на получение и обобщение объективной информации о состоянии предприятия, его соответствии требованиям внешней среды и внутренней организации.

Анализ внешней среды представляет собой процесс, посредством которого, предприниматель или менеджер оценивает внешние опасности и возможности, которые могут затруднить или помочь достижению поставленных целей [34, с. 18]. Самоанализ представляет собой методичную оценку всех сфер деятельности предприятия. Он направлен на выявление сильных и слабых сторон предприятия, призван помочь выявить те сферы, которые требуют более детального рассмотрения или совершенствования, а заодно посмотреть, какие задачи ставились в предыдущий период времени и были ли они выполнены, каковы были причины неудач.

Анализ необходим не только при составлении бизнес-плана, он полезен и в текущей деятельности. Многие западные фирмы регулярно (1-2 раза в

год) проводят анализ своих позиций на рынке на определенную дату («моментальный снимок фирмы») [34, с. 19].

Таким образом, разработка бизнес-плана для кулинарной студии даст объективное представление о стратегии и тактике развития студии, организации деятельности, способах продвижения услуг на рынок, ценах, будущей прибыли, основных финансово-экономических результатах деятельности предприятия. Особенностью бизнес-плана данного предприятия будет являться то, что проект должен вытекать из стратегии предприятия на будущее, из научно-технической и инвестиционной политики на предприятии. Четко сформулированные функции (функциональное назначение предприятия) - первый и крайне важный исходный параметр, к обеспечению которого должен стремиться разработчик бизнес-плана на действующем предприятии. Функции предприятия должны отражать приоритетные стратегические цели его руководства. Неудачи многих предприятий объясняются тем, что при смене приоритетов под воздействием изменяющейся рыночной конъюнктуры и конкуренции структура остается прежней, не рассчитанной на их достижения. Корабль продолжает идти прежним курсом и сначала незаметно, а затем все явственнее отклоняется от вновь поставленной цели.

Планирование нового предприятия – очень сложный и важный процесс. Его сложность заключается в том, что необходимо учитывать многие факторы, в том числе и непредвиденные, а также степень риска вложения инвестиций.

Важность этого процесса для предприятия заключается в том что, планируя инвестиции, тем самым закладывается основа его работы на будущее. Если хорошо спланирован и организован проект, предприятие будет работать хорошо, плохо - в будущем оно может стать банкротом.

1.2 Структура бизнес-плана

Ключевыми составляющими каждого бизнес-плана являются разделы, связанные с управлением, маркетингом и финансированием проекта. На основании можно выделить модели бизнес-плана (рис.3)



Рис. 3. Модели структуры бизнес-плана [17, с. 110]

Разделы бизнес-плана могут меняться в зависимости от специфики деятельности фирмы и проекта. Представленное содержание бизнес-плана является не более чем схемой, тем не менее, оно содержит все главные моменты, которые необходимо предусмотреть [17, с. 113].

Рассмотрим структуру бизнес-плана для вновь начинающегося бизнеса.

1. Резюме: цель и задачи проекта; краткое описание бизнеса и его целевого клиента, что именно должно вызывать доверие к фирме и ее бизнесу.

2. Описание предприятия и отрасли: основные направления и цели деятельности; характеристика отрасли промышленности.

Рынок является решающим фактором для всех компаний. Самые гениальные технологии оказываются бесполезными, если на них нет своих покупателей. Изучение рынка - одна из главных проблем нового бизнеса. Таким образом, параграф бизнес-плана, посвященный рынку и маркетингу, часто является наиболее трудным для написания [17, с. 114].

Неудачи большинства из провалившихся коммерческих проектов были связаны именно со слабым изучением рынка и с переоценкой его емкости. Поэтому процесс оценки емкости рынка и его изучения проходит поэтапно [23, с. 45].

Первый этап - оценка потенциальной емкости рынка, т.е. общей стоимости товаров, которые покупатели определенного региона могут купить, скажем, за месяц или за год. Величина эта зависит от многих факторов - социальных, национальных, культурных климатических, а главное - от экономических, в т.ч. от уровня доходов потенциальных покупателей, структуры их расходов, темпов инфляции, наличие ранее купленных товаров аналогичного или сходного назначения и т.д.

Второй этап - оценка потенциальной суммы продаж, т.е. той доли рынка, которую фирма в принципе надеется захватить и соответственно той максимальной суммы реализации, на которую она может рассчитывать.

В итоге такого анализа, который называется маркетинговым исследованием, определяется примерное количество клиентов за месяц, на которое можно рассчитывать.

Но чтобы их получить реально, нужен третий этап, третий шаг к оценке реальных объемов продаж. На этом этапе фирме предстоит оценить, сколько

реально она сможет продать (выручить за оказание услуг) в конкретных условиях своей деятельности, при возможных затратах на рекламу и том уровне цен, который намерена установить, а главное - как этот показатель может изменяться месяц за месяцем.

3. Описание продукции: описание продукции и ее применение, отличительные качества или уникальность, лицензии или патентные права.

4. Маркетинговый план. Для того чтобы потенциальные клиенты превратились в реальных клиентов, предприятию необходимо иметь план маркетинга. Этот план должен показать, почему клиенты будут покупать именно продукцию этой фирмы. Если при оценке объемов сбыта не приводятся все мельчайшие подробности того, как он будет достигнут, то это неизбежно вызовет недоверие со стороны потенциального инвестора.

Здесь фирма продумывает и объясняет потенциальным партнерам или инвесторам основные элементы своего плана маркетинга: ценообразование, схему распространения товара, рекламу, методы титулирования продаж, организацию послепродажного сопровождения, формирования имиджа.

Стратегия не должна быть слишком сложной и перегруженной, она должна состоять из серии простых задач.

Иногда эти задачи разбивают на еще более мелкие составные части. Такой уровень детализации называют планом действий.

Здесь описываются основные характеристики продукции, с акцентом на преимущества, которые продукция фирмы несет потенциальным покупателям.

5. Производственный план. В этом разделе описываются все производственные или другие рабочие процессы, имеющие место на фирме.

Рассматриваются все вопросы, связанные с помещениями, которые фирма занимает, их расположением, оборудованием, персоналом. Кроме того, в этом параграфе уделяется внимание планируемому привлечению субподрядчиков.

6. Организационный план. В нем речь идет о том, какая предполагается организационно-правовая форма, с какими партнерами организуется дело и как планируется наладить его успешное функционирование, дается качественная и количественная характеристика персонала, показывается график реализации проекта. В этом разделе необходимо осветить следующие вопросы:

- какие специалисты понадобятся для успешного ведения дела;
- на каких условиях будут привлекаться специалисты - на постоянную работу, по контракту, в качестве совместителей;
- как будет оплачиваться труд каждого работника фирмы, на каких принципах и условиях будет осуществляться стимулирование.

В целях четкости и согласованности работы необходимо определить организационную структуру фирмы, указать, кто и чем будет заниматься, кто и как будет осуществлять координацию, контроль и взаимодействие всех работников фирмы. Данную информацию лучше представить в виде иерархии (организационной структуры) и таблиц.

7. Финансовый план.

В этом разделе фирма представляет свои соображения относительно: объема требуемых средств, откуда намечается получить эти деньги, в какой форме и к каким срокам, сроков возврата средств.

Цель раздела - высветить основные пункты из массы финансовых данных, содержащихся в следующем разделе. Например, здесь должна быть упомянута вероятная стоимость компании в том случае, если все будет идти по плану и каковы при этом будут объемы продаж и прибыль [17, с. 115].

Однако здесь надо сконцентрироваться также на проблемах, с которыми может столкнуться бизнес.

Фирме необходимо включить в свой бизнес-план детальный финансовый план, который обычно делается на три года. Он содержит в себе: прогноз объемов продаж; оценки прибыли и убытков; анализ движения

наличности (ежемесячно на первый год, а затем поквартально); годовую балансовую ведомость.

Прогноз объемов продаж дает представление о той доле рынка, которую фирма предполагает завоевать своей продукцией. Для начального периода производства у нее должны быть договоренности с клиентами о будущих продажах. Начиная со второго года, прогноз продаж основан уже на ее предположениях (важно чтобы они были реалистичными и не приукрашенными). Задача этого документа - показать, как будет изменяться, формироваться прибыль фирмы.

Каждый элемент бюджета сообщает о разных вещах. Прибыль - это не то же самое, что движение наличных. В то время как прибыль является мерой долгосрочного успеха бизнеса, фактически же оплачивает счета движение наличных. Фирма может быть прибыльной и все равно у нее может не хватить наличных. Эта проблема известна многим растущим фирмам.

Детальный финансовый план - это только количественное выражение маркетинговых и производственных планов. Он поможет предпринимателям убедиться, насколько их маркетинговый план соответствует производственному плану и наоборот. Может оказаться, что планы не соответствуют бюджетным возможностям, нереалистичны. Тогда они должны быть изменены. В случае если фирма не может найти план, имеющий приемлемое бюджетное обоснование, необходимо подумать об изменении целей. Быть может, придется несколько раз пройти по цепочке обратной связи.

В данном разделе дается оценка бизнес-плана, которая заключается в представлении всей информации о последнем в виде, позволяющем лицу, принимающему решение, сделать заключение о целесообразности (или нецелесообразности) осуществления инвестиций. В этом контексте особую роль играет коммерческая оценка.

Оценка коммерческой состоятельности - заключительное звено проведения прединвестиционных исследований. Она должна основываться

на информации, полученной и проанализированной на всех предшествующих этапах работы [31, с. 28]. Коммерческая оценка олицетворяет собой интегральный подход к анализу инвестиционного проекта (рис.4).

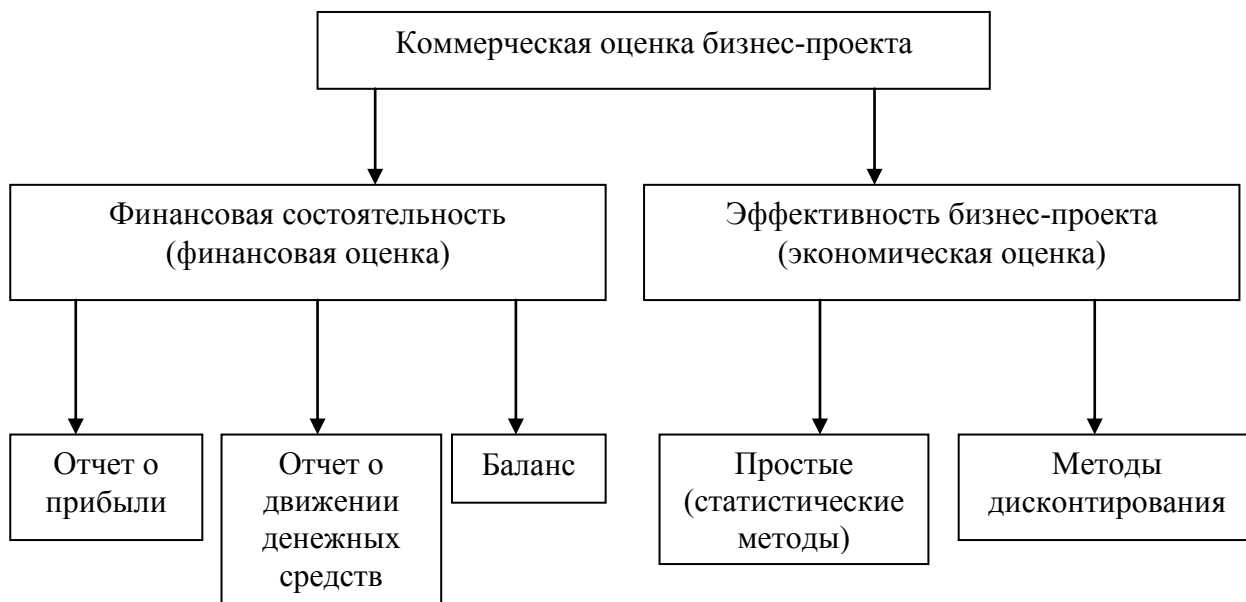


Рис. 4. Методы оценки коммерческой состоятельности инвестиционного проекта [36, с. 67]

Проблема оценки привлекательности инвестиционного проекта заключается в определении уровня его доходности. В Российской практике инвестиционного проектирования существуют два основных подхода к решению этой проблемы, и методы оценки эффективности инвестиций можно разделить на две группы [31, с. 31]: простые или статические; методы дисконтирования.

В данной работе для оценки коммерческой эффективности разработанного проекта выбран метод дисконтирования, так как дисконтированные критерии дают возможность избавиться от основного недостатка простых методов оценки – невозможности учета ценности будущих денежных поступлений по отношению к текущему периоду времени и, таким образом, получить корректные оценки эффективности проектов, особенно связанных с долгосрочными вложениями.

Для оценки проекта были выбраны следующие дисконтированные критерии:

- Чистая текущая стоимость NPV;
- Индекс прибыльности P_1 ;
- Внутренняя норма доходности или прибыльность проекта IRR;
- Период окупаемости РВ.

Метод определения чистой текущей стоимости. Разность между «чистыми» притоками и оттоками денежных средств (то есть, потоками без учета источников финансирования) представляет собой чистый доход проекта (ЧД) на данном отрезке срока жизни [36, с. 75]:

$$\text{ЧД} = \text{ПО} + \text{АО} - \text{ИЗ} - \text{Н}, \quad (1)$$

где ПО - прибыль от операций;

АО - амортизационные отчисления;

ИЗ - инвестиционные затраты;

Н - налоговые выплаты

Две положительные составляющие чистого потока денежных средств олицетворяют собой: в первом случае (прибыль) - доход от текущей деятельности, во втором (амортизация) - возмещение первоначальных инвестиций в постоянные активы [35, с. 13].

Для того чтобы адекватно оценить проект с точки зрения эффективности использования инвестированных средств, нужно все потоки будущих поступлений и платежей привести в сопоставимый вид с учетом влияния фактора времени. Пересчет указанных величин на один - «сегодняшний» - момент времени, каковым является момент начала осуществления проекта, производится с помощью коэффициентов приведения. Значения этих коэффициентов для каждого интервала планирования ($DF(Y)$) проекта рассчитываются при заданной величине ставки сравнения (RD) с использованием модифицированной формулы сложных процентов [29, с. 88]:

$$DF(Y) = 1/(1 + RD)^Y, \quad (2)$$

где Y - порядковый номер интервала планирования (при условии, что за нулевой принят интервал начала осуществления проекта, то есть, $DF(0) = 1$).

После того, как все значения чистых потоков денежных средств проекта будут умножены на соответствующие коэффициенты DF , подсчитывается их сумма.

Полученная величина представляет собой показатель чистой текущей (приведенной) стоимости проекта:

$$NPV = NCF(0) + NCF(1) * DF(1) + \dots + NCF(n) * DF(n), \quad (3)$$

где NCF - чистый поток денежных средств [29, с. 89].

Экономический смысл чистой текущей стоимости можно представить как результат, получаемый немедленно после принятия решения об осуществлении данного проекта - так как при ее расчете исключается воздействие фактора времени [29, с. 88].

В соответствии с сущностью метода современное значение всех входных денежных потоков сравнивается с современным значением выходных потоков, обусловленных капитальными вложениями для реализации проекта. Разница между первым и вторым есть чистое современное значение, величина которого определяет правило принятия решения.

Индекс прибыльности показывает относительную прибыльность проекта, или дисконтированную стоимость денежных поступлений от проекта в расчете на единицу вложений. Он рассчитывается путем деления чистых приведенных поступлений от проекта на стоимость первоначальных вложений [36, с. 94]:

$$PI = NPV / Co, \quad (4)$$

где NPV - чистые приведенные денежные потоки проекта; Co - первоначальные затраты

Критерий принятия проекта совпадает с критерием, основанным на методе NPV [36, с. 94].

– для отдельного проекта: если PI больше или равно нулю, то проект принимается;

– для нескольких альтернативных проектов: принимается тот проект, который имеет большее значение PI, если только оно положительное.

Однако, в отличие от NPV, PI показывает эффективность вложений.

Следует отметить, что очень большие значения индекса прибыльности не всегда соответствуют высокому значению NPV и наоборот. Дело в том, что имеющие высокую чистую текущую стоимость проекты не обязательно эффективны, а значит, имеют весьма небольшой индекс прибыльности.

Метод определения внутренней нормы прибыльности. По определению, внутренняя норма прибыльности (IRR.) - это такое значение показателя дисконта, при котором современное значение инвестиции равно современному значению потоков денежных средств за счет инвестиций, или значение показателя дисконта, при котором обеспечивается нулевое значение чистого настоящего значения инвестиционных вложений [36, с. 96].

Экономический смысл внутренней нормы прибыльности состоит в том, что это такая норма доходности инвестиций, при которой предприятию одинаково эффективно инвестировать свой капитал под IRR процентов в какие-либо финансовые инструменты или произвести реальные инвестиции, которые генерируют денежный поток, каждый элемент которого в свою очередь инвестируется по IRR процентов [36, с. 97].

Математическое определение внутренней нормы прибыльности предполагает решение следующего уравнения:

$$\sum_{j=1}^N \frac{CF_j}{(1+IRR)^j} = INV \quad (5)$$

где, CF_j - входной денежный поток в j-ый период.

INV - значение инвестиции [36, с. 97].

Решая это уравнение, находится значение IRR. Схема принятия решения на основе метода внутренней нормы прибыльности имеет вид:

– если значение IRR выше или равно стоимости капитала, то проект принимается,

– если значение IRR меньше стоимости капитала, то проект отклоняется [36, с. 97]

Значение IRR может трактоваться как нижний гарантированный уровень прибыльности инвестиционного проекта. Таким образом, если IRR превышает среднюю стоимость капитала (например, ставку по долгосрочным банковским активам) в данной отрасли и с учетом инвестиционного риска данного проекта, то проект можно считать привлекательным.

С другой стороны, внутренняя норма прибыльности определяет максимальную ставку платы за привлекаемые источники финансирования проекта, при которой последний остается безубыточным. При оценке эффективности общих инвестиционных затрат, например, это может быть максимальная ставка по кредитам.

Метод определения периода окупаемости. Периодом окупаемости проекта называется время, за которое поступления от производственной деятельности предприятия покроют затраты на инвестиции. Срок окупаемости обычно измеряется в годах или месяцах [29, с. 48].

Срок окупаемости проекта (Токуп) характеризует момент, когда сумма дисконтированных приростов чистых выгод за ряд периодов становится (и в дальнейшем остается) положительной. Другими словами - когда сумма дисконтированных приростов выгод становится равной сумме дисконтированных приростов затрат, т.е. когда увеличение затрат, вызванное реализацией проекта «окупается» приростом выгод [29, с. 48].

Экономические расчеты проекта, который разработан в данной работе, производятся специалистами рассматриваемого предприятия, поэтому проект не сводится только к экономическим расчетам. Так как в проекте будет рассмотрено новое производство, то должен быть подробно разработан организационный раздел бизнес-плана.

8. Оценка рисков и их страхование. Риск - возможность возникновения неблагоприятных ситуаций в ходе реализации инновационного процесса [17, с. 116]. Риск может возникать:

- как возможность потерь в форме фактических убытков или упущенной выгоды;
- как степень нестабильности, непредсказуемости результатов.

В первом случае риск можно оценить вычислением значений вероятных потерь, во втором случае в качестве меры риска можно использовать дисперсию исходов (что больше применимо к ситуациям неопределенности и необходимо отметить, что приведенные ниже варианты анализа рисков более подходят для ситуаций определенности, в неопределенности риск может быть учтен помимо дисперсии и встроенными в некоторые методы механизмами).

Методы количественного анализа рисков:

1. Метод аналогий: заключается в использовании информации о других (ранее выполненных проектах), о деятельности конкурентов и т. д.
2. Анализ чувствительности: он позволяет определить предельные значения факторов риска, при которых результаты окажутся приемлемыми (как изменятся NPV, IRR при росте цен на материалы, при повышении прямых, общих издержек, падении цены продаж, изменении уровня налогообложения) [31, с. 147].

Анализ чувствительности в итоге помогает определить:

- факторы, наиболее сильно влияющие на интегральные показатели проекта;
- варианты достижения поставленных целей, наиболее устойчивые к рискам.

Таким образом, роль бизнес-плана в оценке инвестиционных проектов заключается в том, что он дает возможность убедиться в том, что разрабатываемый проект экономически целесообразен, т. е. принесёт эффект, под которым не всегда подразумевается прибыль.

В бизнес-плане инвестиционного проекта показывается, каким образом работает механизм генерирования доходов, рассматривается система внутренних и внешних факторов, влияющих на прибыльность проекта, а также даётся заключение об эффективности вложений при различных уровнях требуемой доходности инвесторов.

1.3 Особенности составления бизнес-плана в сфере услуг

Особенностью разработки бизнес-плана является формирование различных форм собственности, что требует выработки в бизнес-плане предложений по наиболее эффективному сочетанию и увязке интересов инвесторов, прежде всего коммерческих и организационно-управленческих.

Оказывать услугу – означает служить кому-то или чему-то, то есть быть в подчинении, на вторых ролях. Предприятия сферы услуг вторичны по отношению к добывающим, аграрным и производственным, а также собственно торговым компаниям [12].

В целом сфера услуг представлена неоднородными группами отраслей экономики, выполняющими существенно различающиеся между собой функции. Это: торговля (оптовая и розничная), образование, культура, наука и научное обслуживание, здравоохранение (включая физкультуру и спорт), бытовое обслуживание, пассажирский транспорт, связь, рекреационные услуги, общественное питание, обслуживание домашнего хозяйства и др.

Согласно данным государственной статистики, в 2017 г. на получение услуг населением было потрачено порядка 50 млрд. рублей.

Стремительно развивающийся в городах России бизнес в сфере услуг, не имеющий в прошлом какого-либо прочного фундамента, подчас делает на

рынке неверные шаги и ошибки. Успех в бизнес в сфере услуг сопутствует тем, кто правильно выбрал собственную нишу и является лучшим в данный момент, в данном месте, с данным набором услуг. Задача открыть еще один бизнес в сфере услуг и скопировать успешный бизнес у соседей слишком примитивна и, как правило, обречена на провал. Надо быть первопроходцами, ставить перед собой более высокие цели. И конечно, успех проектов в бизнес в сфере услуг неразрывно связан с тщательной разработкой бизнес-плана [16].

Большинство начинающих предпринимателей полагают, что бизнес-план – это инструмент для получения кредита. Поэтому, не предполагая использовать заемные средства, многие открывают бизнес в сфере услуг, не имея бизнес-плана.

Бизнес-планирование всесторонне характеризует деловую среду, в которой действует предприятие, а также систему управления, в которой оно нуждается для достижения целей. Не существует стандарта на разработку бизнес-плана бизнеса в сфере услуг в частности. Различаются цели бизнеса, виды и типы предприятий в сфере услуг, разнятся условия, в которых они действуют. Каждый бизнес уникален. В его основу положены анализ пожеланий и имеющихся ресурсов инвесторов, результаты маркетинговых исследований и финансовых расчетов.

Бизнес-планирование в сфере услуг необходимо для:

- выявления целей бизнеса;
- выработки стратегии и оперативной тактики для достижения целей бизнеса;
- создания системы измерения и оценки результатов деятельности;
- создания инструментария управления бизнесом;
- разработки методов оценки сильных и слабых сторон бизнеса, выявления стратегий выживания;
- описания перспективы развития на 3-5 лет [15].

Бизнес-планирование в сфере услуг имеет свои особенности, обусловлено это тем, что услуги имеют особые характеристики:

Неосвязаемость (нематериальность). Результат услуги невозможно примерить, увидеть или оценить заранее. Сначала услугу нужно попробовать.

Несохранность. Нельзя произвести услуги впрок, создать их запас, чтобы потом подстраиваться под спрос клиентов или регулировать его с помощью рекламы, как это делают в производстве, строительстве и других отраслях.

Неотделимость от исполнителя. Важное значение в сфере услуг имеет человеческий фактор. Продажа большинства услуг происходит в момент встречи клиента с представителем предприятия сферы услуг. Посетитель такого предприятия часто судит о качестве услуги по тому, насколько профессионально и уверенно держатся сотрудники. Исполнитель услуги является как бы ее частью.

Непостоянство качества. Представитель предприятия сферы услуг всегда привносит свою индивидуальность и субъективный взгляд в услуги. Та же самая услуга в одних руках является искусством, в других – ремеслом, а в третьих – браком. Влияние оказывают профессионализм, уровень культуры и вкусы работника. Результат зависит даже от таких субъективных факторов, как самочувствие и настроение специалиста [13].

Современный бизнес в сфере услуг работает для людей, которые приходят, чтобы получить удовольствие. Бизнес в сфере услуг не просто торгует товарами или процедурами. Он дарит людям счастье и наслаждение, делает их благополучнее и богаче. Конечно, предприятий в сфере услуг много, но искусство их владельцев заключается в том, чтобы создать особенный. Можно вложить деньги в обустройство интерьера, закупить дорогие материалы для оказания услуг, переманить лучших специалистов и не добиться успеха. Это связано с тем, что если у бизнеса в сфере услуг нет индивидуальности, то нет будущего.

Особенностями бизнес-планирования в сфере услуг также является наличие требований к дизайну помещения, к соблюдению санитарно-эпидемиологических норм, требований к персоналу.

В основе бизнес-планирования предприятия в сфере услуг лежат анализ пожеланий и имеющихся ресурсов инвесторов, результаты маркетинговых исследований и финансовых расчетов. Содержательная часть бизнес-плана должна включать описание концепции и позиционирование предприятия, определение профиля и основных видов деятельности, а также ассортиментной и ценовой политики.

Таким образом, предприниматель приобретает знания, опыт и профессионализм, которых не получит, не планируя.

Выводы по первой главе

Изучение общих подходов к составлению бизнес-плана показало, что бизнес-план является одним из основных документов, определяющих стратегию функционирования фирмы, так как он базируется на общей концепции развития фирмы, более подробно разрабатывает экономический и финансовый аспекты стратегии, дает технико-экономическое обоснование конкретным мероприятиям. Реализация стратегии основывается на широких инвестиционных программах, составленных как целая система взаимосвязанных технических, организационных и экономических изменений на определенный период.

Для составления бизнес-плана необходимо четко определить цели и пути их достижения. Нужно провести довольно большую работу, разобравшись в вопросах рыночного спроса, на ту или иную продукцию или

услугу, которую планируется оказывать потребителям в процессе своей деятельности.

Обычно ключевыми составляющими каждого бизнес-плана являются разделы, связанные с управлением, маркетингом и финансированием проекта. Анализ особенностей бизнес-планирования предприятия сферы услуг показал, что бизнес-план должен содержать такие разделы как резюме, описание предприятия и отрасли, описание продукции, маркетинговый план, производственный план, организационный план, финансовый план и оценка рисков и их страхование.

ГЛАВА 2. БИЗНЕС-ПЛАН КУЛИНАРНОЙ СТУДИИ «МАСТЕРШЕФ»

2.1 Резюме

1. Наименование предприятия: Кулинарная студия «МастерШеф».
2. ОКВЭД: 85.41 – Образование дополнительное детей и взрослых.
3. Адрес предприятия: Российская Федерация, г. Екатеринбург, ул. Шейнкмана, д. 86.
4. Финансирование проекта:
 - заемные средства – 72,22 %;
 - собственные средства – 27,78 %.
5. Сфера бизнеса: оказание услуг населению.
6. Инвестиции в проект: 1 800 000 (один миллион восемьсот тысяч) рублей 00 копеек.
7. Эффективность открытия кулинарной студии «МастерШеф»:
 - чистая прибыль после первого года работы – 223 124 (двести двадцать три тысячи сто двадцать четыре) рубля 00 копеек;
 - ЧДД с третьего года работы – 97 428 (девяносто семь тысяч четыреста двадцать восемь) рублей 35 копеек;
 - индекс доходности равен – 1,84;
 - период окупаемости – 5 лет 6 месяцев;
 - рентабельность предприятия составляет 7 %.
8. Актуальность бизнес-плана: популярность обучения кулинарному искусству растет с каждым днем благодаря возможности научиться вкусно готовить и красиво оформлять привычные блюда.
9. Конкурентные преимущества: разнообразные услуги; небольшие группы для обучения и мастер-классов; низкая цена.

2.2 Описание предприятия и отрасли

Покупка, приготовление и поглощение еды – ежедневное занятие каждого человека. Рацион требует разнообразия и новых вкусовых ощущений, большое количество ресторанных сетей пробуждают интерес к высокой, экзотической и необычной кухне. У потребителей появляется все более устойчивое желание не просто попробовать и получить удовольствие, а понять, как это приготовлено и, попытаться повторить шедевр дома.

Сегодня модно и полезно посещать различные курсы – языковые, компьютерные, кройки и шитья, а в последнее время популярностью стали пользоваться и кулинарные школы. Там можно завести новые знакомства, получить полезные навыки и, конечно, вкусно поесть.

Можно конечно использовать кулинарные рецепты из книг или журналов, пользоваться советами из телепередач. Но все это всего лишь рекомендации, которые далеко не каждый человек сможет воплотить в реальность. Эта идея бизнеса, а именно открытие кулинарной студии, как и все образовательное очень актуальна.

Но если обучаться искусству кулинарии у опытного повара, то можно узнать не только множество отличных рецептов блюд, но и как правильно (до мельчайших деталей) их готовить. Знания, которые будут получены от опытного повара, будут помогать готовить блюда с неповторимым, изысканным вкусом. Следовательно, открытие собственных кулинарных курсов, при сотрудничестве с высококлассными специалистами этого дела, принесет немалую прибыль.

Изучая рынок кулинарных студий и школ в г. Екатеринбурге выявлено что большинство конкурентов работает в формате «демонстрационный класс»: повар готовит и поясняет свои действия, участники слушают,

записывают, изредка один или несколько могут помочь шефу с черновой работой.

В нашем приоритете куда ближе стиль школы Джейми Оливера – каждый ученик готовит на полностью оборудованном рабочем месте параллельно с поваром, следуя его инструкциям. В конце занятия у гостей есть возможность съесть приготовленные блюда за красиво сервированным столом либо упаковать и забрать домой, чтобы порадовать близких.

В большинстве студий на конкретных рецептах гости узнают мелочи и нюансы приготовлений блюд, например, что техники для приготовления ризотто подходят также для супов и соусов, как по-новому применить технику тушения, карамелизации и т. д. На мастер-классе повара всегда рассказывают о том, как хранить те или иные продукты и готовые блюда, как использовать не задействованные в рецепте скоропортящиеся продукты, чем можно заменить тот или иной ингредиент.

На фоне кризиса немного просел рынок корпоративов, зато на рынке детских и семейных праздников сохраняется стабильность и даже зафиксирован небольшой прирост. В связи с этим следует сделать детское и семейное направление приоритетным в развитии: экспериментировать с новыми форматами, расширять возрастную линейку как для малышей, так для подростков.

Таким образом, ситуация на рынке аналогичных услуг в г. Екатеринбурге – спокойная, ввиду относительной новизны такого рода занятий. Желающих перенять опыт у профессионального шеф-повара предостаточно, а после проведения рекламной акции – станет еще больше.

Все это в совокупности делает бизнес по продвижению кулинарного искусства интересным для опытных предпринимателей или заслуженных профессионалов в этой сфере.

С учетом проведенного анализа отрасли в г. Екатеринбург, будет разработан бизнес-план открытия кулинарной студии «МастерШеф».

В соответствии с общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКЭД), кулинарной студии «МастерШеф» будет присвоен код «85.41 – Образование дополнительное детей и взрослых».

Кулинарная студия «МастерШеф» будет предлагать мастер-классы по второй категории блюд без супов по различным кухням мира, а именно: русская, французская, итальянская, грузинская, японская и т. д.) и десертам. Также планируется проводить выездные мастер-классы на территорию заказчика и обучение поваров.

На сегодняшний день эта сфера актуальна своей новизной, ограниченной конкуренцией и наличием потребительского спроса, что дает неплохие перспективы на возврат инвестиций в короткие сроки и получение добавочной прибыли.

2.3 Описание продукции

На первый взгляд на рынке существует много кулинарных студий, но не все они способны в полной мере удовлетворить потребности клиентов.

В кулинарной студии «МастерШеф» занятия планируется проводить несколько раз в неделю, группы набирать от 5 до 10 человек, так как каждому человеку преподаватель должен уделять внимание. Такой метод подхода значительно повысит усвояемость материала. Это будет привлекать новых учеников.

К посещению кулинарных курсов можно привлекать не только взрослую аудиторию, но так же и детей, организовав им специальные отдельные занятия.

Для обеспечения рентабельности проекта можно продвигать и другие направления бизнеса, используя персонал и помещение. Кейтеринг станет неплохой идеей и вполне прибыльным дополнительным заработком, который можно применить для улучшения или поддержки основного дела.

Еще одной услугой кулинарной студии «МастерШеф» будет являться организация мастер-классов. Это подразумевает собой выезд опытного шеф-повара к клиенту на дом, праздничные мероприятия, где и будет происходить процесс обучения.

Как правило, занятия в кулинарных студиях проводятся несколько раз в неделю по паре часов. Группы лучше комплектовать небольшие, чтобы каждому была возможность уделить внимание.

Стоимость занятий зависит от компетентности, квалификации, опыта и известности шефа-учителя. Разовые программы рассчитаны на несколько часов, полные – от трех до пяти дней. Учебные группы набираются по 5-10 человек, это обусловлено тем, что удастся достичь максимальной эффективности образовательного процесса. Возможны и индивидуальные занятия с выездом шефа на дом, цена такого урока в несколько раз превосходит обычный.

Далее рассмотрим описание услуг кулинарной студии «МастерШеф» подробнее.

I. Корпоративные мероприятия, дни рождения, прочие праздники.

В кулинарной студии «МастерШеф» можно провести замечательный корпоративный или личный праздник в виде кулинарного мастер-класса. Вместе с шеф-поваром посетители смогут приготовить и украсить вкуснейшие блюда, после чего продолжить банкет за красиво украшенным банкетным столом из блюд, приготовленных своими руками.

Цель мероприятия: совместное приготовление блюд и десертов любой кухни на выбор, под чутким руководством шеф-повара.

Сценарий мероприятия:

1. Встреча, знакомство: шеф повар рассказывает про мастер-класс и про блюда, которые клиенты будут готовить.

2. Активная фаза: вместе занимаемся приготовлением заявленных блюд (замешиваем тесто, производим нарезку, готовим крем и т. д.).

3. Красиво украшаем праздничный стол.

4. Наслаждаемся совместным ужином, приготовленным своими руками.

В программу тимбилдинга входит три блюда: горячее, салат и десерт. Из меню можно выбрать любой вариант (табл. 1).

Таблица 1. Варианты меню для корпоративов, праздничных мероприятий

№	Салаты	Горячее	Десерты
1	Салат «Цезарь Кардини» с курицей	Филе миньон под соусом из запеченного болгарского перца и маслин, испанская тортилья	Шоколадный «фондан» с шариком ванильного мороженого
2	Турецкий салат с апеченным болгарским перцем, листьями шпината, сыром «Фета» и кедровыми орешками	Дальневосточный кальмар, фаршированный тигровыми креветками, овощами и рисом «жасмин» под сливочно-коньячным соусом	Традиционный итальянский десерт «тирамису»
3	Восточный салат «Табулех», с булгуром, болгарским перцем и пряными травами	Цыпленок «корнишон» с пряным кускусом и травами	Воздушный десерт «Анна Павлова» с кремом «Шантиль»
4	Пряный салат с утиной грудкой, огурцом и листьями	Лосось в имбирном соусе с подпеченными овощами в тайском стиле	Карамельный чизкейк с ягодным топингом
5	Французский «Нисуаз» со свежим тунцом, зеленой фасолью, лепестками миндаля и салатными листьями	Утиные ножки конфи со свекольным «перлотто» и красным сухим вином	«Крем-брюле» с хрустящей карамельной корочкой и ягодами

Время проведения от 2 до 5 часов. Количество участников: до 30 человек. Стоимость: от 2 000 руб. за одного человека. При количестве участников от 20 до 30 – предоставляется скидка 15 %.

Все блюда, предоставленные в списке, попадают под программу импортозамещения, все продукты для приготовления можно купить в любых магазинах и рынках. Шеф-повар может помочь индивидуально подобрать меню. Также возможны варианты кулинарных поединков и кулинарных шоу.

II. Кулинарные курсы.

1. Кулинарный курс «Европейский». Это серия из 6 занятий создана для ценителей вкусной Европейской кухни. В кулинарной студии «МастерШеф» посетителей научат готовить все предложенные блюда у себя дома. Это даст базу для дальнейшего развития кулинарных талантов. Обучение полностью построено на практике, основная задача кулинарной студии «МастерШеф» научить посетителей готовить и выбирать правильные продукты.

На занятиях шеф-повар объясняет и показывает все на практике: как правильно держать нож, чистить овощи, фрукты, правильно выбирать продукты. Посетители научатся разбираться в основных видах мяса, готовить супы, салаты, соусы, делать полноценные обеды, завтраки и ужины. Почерпнут много новых фактов о современной кулинарии, а также узнают как правильно замораживать и хранить еду.

Курс рассчитан на 1 месяц – 5 занятий по 3-3,5 часа. В табл. 2 представлено примерное расписание занятий кулинарного курса «Европейский». По окончании курса выдается сертификат от кулинарной студии «МастерШеф».

Группы формируются до 8 человек. Стоимость курса из 5 занятий – 14 000 руб. В стоимость мероприятия входят все расходные материалы: инвентарь, продукты, оборудование и обучающая программа более чем на 20 часов практики и домашние задания. Также посетители получают рабочие тетради с рецептурой, граммовкой и возможностью записи секретов от шеф-повара.

Таблица 2. Расписание кулинарного курса «Европейский»

День	Описание
1	Приготовление сливочных соусов и 5 видов итальянской пасты: - Итальянская паста со сливочным соусом, грибами и тимьяном; - с ветчиной и маслинами; - с лососем; - с кусочками телятины и трюфельным маслом; - с курицей и цукини.
2	Работа с говядиной: - Стейк Филе-миньон; - Пайард из телятины; - Бефстроганов с листьями тимьяна; - Ростбиф с овощами гриль и домашним майонезом; - Гарниры к мясу.
3	Приготовление микс-салатов с разными заправками: - салат Нисуаз; - салат Деревенский с томатами черри и шампиньонами; - Цезарь с тигровыми креветками и сыром Пармезан; - классический салат с утиной грудкой и апельсинами.
4	Работа с мясом птицы: - кусочки цыпленка в соусе свежих помидоров и базилика, рататуй; - бедро индейки со сливочно-коньячным соусом, сыром дор блю и овощами на пару; - Утиная грудка со шпинатом и уксусом бальзамик.
5	Работа со свининой и бараниной: - баранина томленая с овощами и пряными травами; - Запечённые томаты Черри с маслом «Extra Virgine»; - Стейк из баранины под соусом из шампиньонов и белого сухого вина; - Каре свинины под соусом из вишни и розмарина. Шампиньоны гриль; - Стейк из свиной шеи с томатным соусом «Пилати» и картофельными дольками по-деревенски.

2. Кондитерский курс. Базовый курс дает основные кондитерские знания и навыки. Все занятия полностью практические. Готовим из натуральных и экологических продуктов по европейским стандартам.

На курсе шеф-кондитер передает информацию напрямую. Он рассказывает, объясняет и показывает все в процессе, таким образом, когда есть возможность прямого общения со специалистом – эффективность возрастает в разы. Большая часть посетителей будет приходить для саморазвития, раскрыть в себе талант, научиться делать вкусные десерты, чтобы потом баловать себя и близких.

Стоимость курса – 12 000 руб. В стоимость курса входят все расходные материалы, инвентарь, продукты, оборудование и обучающая программа. На курсе все получают рабочие тетради с рецептурой и граммовкой всех изделий для записи секретов от шеф-кондитера. Всю изготовленную продукцию можно забирать с собой.

В табл. 3 представлен пример расписания занятий кондитерского курса.

Таблица 3. Расписание занятий кондитерского курса

День	Описание
1	- Шоколадный и ванильный бисквит; - Разновидности крема на масляной основе: сливочно-заварной крем, швейцарский крем; - Капкейки: Готовим ванильные и шоколадные капкейки «Брауни» с кремом «Итальянская заварная меренга».
2	- Заварное тесто: эклеры и профитроли. Крем на основе сыра маскарпоне, заварной крем, фруктовый курд; - Пряничное тесто: приготовление имбирных пряников и сахарной глазури; - Песочное тесто и работа с ним: приготовление корзинки с заварным кремом и ягодами, приготовление песочного печенья с шоколадной крошкой.
3	- Шоколадные конфеты и трюфели: классический шоколадный трюфель, ягодные трюфели, конфеты на основе марципана; - Работа с шоколадным ганашем: Торт Шоколадный мусс; - Сложные бисквиты: австрийский шоколадный торт «Sacher».
4	- Торт в стиле «Рустик»(открытый торт): торт на основе «испанского» бисквита и апельсинового крема; - Гладкие торты на основе «Крем чиз»: «Швейцарский» морковный торт; - Муссовые торты: Торт карамельный мусс; - Приготовление горячих чизкейков: чизкейк «Ньюйорк».

Курс рассчитан на 1 месяц, 4 занятия по 5 часов и домашние задания. По окончании обучения выдается сертификат от кулинарной студии «МастерШеф». Группы формируются до 10 человек.

3. Кондитерский курс по декору. На этом курсе предстоит изучение кондитерского искусства с упором на декор. Группы формируются до 8 человек.

Курс рассчитан на 1 месяц - 6 занятий по 4-5 часа. По окончании обучения выдается сертификат от кулинарной студии «МастерШеф». В табл. 4 представлен пример расписания занятий кондитерского курса по декору.

Таблица 4. Расписание занятий кондитерского курса по декору

День	Описание
1	- Работа с желирующими веществами: применение агар-агара и пектина в приготовлении фруктового зефира и мармелада; - Фигурные макароны; - Украшения из изомальта: чаши, леденцы.
2	Работа с шоколадом: несколько способов темперирования шоколада, окрашивание, изготовление комплексных и нарезных конфет, шоколадный декор для торта (сферы, завитки, цветки), пластичный шоколад.
3	Евродесерты. Готовим сложносоставные муссовые пирожные и торты: Яблоко-миндаль-бергамот, Малина-фейхоа, Сникерс.
4	Учимся работать с зеркальной глазурью и велюром. Изготовление цветов из вафельной бумаги.
5	Свадебный Candy bar. Приготовим три яруса свадебного торта. Пирожные шу с краклингом. Маршмеллоу.
6	Сборка многоярусного торта. Оформление цветами в малайзийской технике. Меренги на палочках. Оформление Candy bar. Презентация.

Стоимость курса – 22 000 руб. В стоимость курса входят все расходные материалы, инвентарь, продукты, оборудование и обучающая программа. На курсе выдают рабочие тетради с рецептурой и граммовкой всех изделий для записи секретов от шеф-кондитера. Всю изготовленную продукцию можно забирать с собой.

4. Детская кулинарная студия. На занятиях мы будем учить самостоятельно готовить комплексные завтраки, обеды и ужины. Наш повар покажет как правильно держать нож, чистить и резать овощи и фрукты, делать заготовки, пользоваться варочными поверхностями. Это даст ребенку навыки, которые будут полезны всю жизнь, так он окажется в среде, которая воспитывает гастрономические вкусы. В группе все готовят своими руками, так детям легче достичь цели – научиться правильно питаться.

Занятия проводятся в следующем режиме: знакомство, подготовка к работе: рассказываем детям о блюдах, которые мы сегодня создаем; активная фаза: вместе с детьми готовим заявленные блюда (замешиваем тесто, производим нарезку, готовим крем и т. д.); после того, как блюдо приготовлено, красиво украшаем его на тарелке и сервируем стол; дегустируем приготовленные блюда.

В табл. 5 представлен пример расписания занятий детской кулинарной студии.

Таблица 5. Расписание занятий детской кулинарной студии

День	Описание
1	Франция: сочные котлеты из телятины; круассаны с сыром; белоснежное и воздушное картофельное пюре со сливками; круассаны с фруктовым джемом и ягодами.
2	Испания: «Паэлья» с курицей и томатами Черри, учимся варить рис «аль денте»; Тако с курицей и овощами
3	Старая Русь: учимся делать сырники; блинчики с курицей; мини-котлеты по-Киевски; сладкие блинчики с медом и творогом.
4	Италия: лепёшки «Фокачча»; итальянский соус «Песто» с оливковым маслом; тесто для пиццы; открытая и закрытая пицца.

Занятия рассчитаны на детей в возрасте от 8 до 16 лет. Планируется проводить занятия еженедельно по воскресеньям с 10 до 12 часов. Стоимость одного мастер-класса – 1 000 руб. / чел. При присутствии 2-х или более детей из одной семьи – предоставляется скидка на всю сумму в размере 15 %.

III. Мастер-классы. Планируется разработка мастер-классов под тех поваров, которые будут работать в кулинарной студии «МастерШеф». На первое время будут предложены следующие мастер-классы.

1. Роллы с любовью. Научимся готовить паназиатскую кухню. Роллы: с огурцом, авокадо, тунцом, тигровыми креветками, лососем, темпура креветки, темпура лосось. Суши: темпура микс, хот шримп, туна, с тунцом, с огурцом и лососем. Стоимость участия – 1 200 руб. / чел.

2. Коктейльная вечеринка. Американские молочные коктейли. Классический ванильный, кокос-лайм, шоколад-банан, клубничный йогуртовый и кофейный. А также приготовим известное печенье whooree-rie. Стоимость участия – 1 200 руб. / чел.

3. Дары моря. Медальоны из лосося под соусом «креветочный биск» на подушечке из пряных овощей, листьями рукколы и итальянского базилика. Салат с тигровыми креветками, хлопьями пармезана, заправкой из уксуса

«бальзамик». Нежный малиновый мусс со свежими ягодами и мятным соусом. Стоимость участия – 1 200 руб. / чел.

4. Дикая кухня. Жаркое из зайца с ржаным хлебом и кореньями. Крем-брюле с хвойными нотками и можжевельными ягодами. Стоимость участия – 2 200 руб. / чел.

5. Холодный вечер. «Запечённая Аляска» – мороженое на бисквитной подложке, покрытое карамелизованной меренгой. Приготовим «Ангельский бисквит» и грушу, томленную в имбирном сиропе, научимся правильно готовить итальянскую меренгу и обожжем ее горелкой. Стоимость участия – 1 600 руб. / чел.

Оптимальный размер набираемых групп на мастер-классы до 10 человек.

IV. Выезд шеф-повара на мероприятия. Данная услуга может быть использована в целях проведения личного праздника, корпоративного мероприятия или других событий. Шеф-повар кулинарной студии «МастерШеф» сможет поработать на выезде в двух направлениях:

- провести кулинарный мастер-класс на выбранном мероприятии, гости могут быть вовлечены в приготовление блюд, либо просто смотреть (кулинарное шоу);

- приготовить блюда по заранее согласованному меню для личного праздника (дня рождения, девичника, детский день рождения и пр.) или бизнес-мероприятия. Блюда будут ресторанного уровня или, возможно, даже лучше, ведь они будут «из-под ножа», приготовлены без заготовок из свежих продуктов высокого качества на глазах у клиентов.

Возможна также аренда кухонного инвентаря, оборудования и посуды. Стоимость в каждом случае рассчитывается индивидуально и зависит от адреса, количества человек на мероприятии, меню, квалификации шеф-повара и других факторов.

V. Молекулярная кухня. Молекулярная кухня – это новый подход к привычным ингредиентам, которые сохраняют вкус блюда, однако придают

ему новые формы и текстуры. Благодаря основным приемам молекулярной кухни Вы сможете превратить любой ингредиент в съедобные сферы с желевыми капсулами или гель, подать соус в виде пены, эссенции или эмульсии, а затем эффектно подать при помощи густого пара и творческого оформления блюда.

На шоу шеф-повара раскрывают секреты приготовления блюд молекулярной кухни, показывают и рассказывают о правильных действиях при работе с особыми текстурами и ингредиентами. Шоу молекулярной кухни проводится в студии, а также в рамках выездного мастер-класса. Стоимость проведения шоу молекулярной кухни зависит от сложности изготавливаемых блюд и располагается в диапазоне от 18 000 руб. до 40 000 руб.

Таким образом, предложенные услуги определяются по составу, цене и спросу на рынке. Они рассчитаны на аудиторию в возрасте от 8 лет. Предоставляются различные курсы, мастер-классы, выездные мероприятия и шоу. В соответствии с уровнем сложности, стоимость продуктов и квалификации повара определяется стоимость реализуемых услуг.

2.4 Маркетинговый план

Обратная связь с клиентами очень влияет в целом на посещаемость. Необходимо наладить контакт, присылать письма об акциях, поздравлять с праздниками – все эти моменты формируют положительное мнение о компании.

В начале работы студии соотношение холодных продаж к входящим заявкам будет на уровне 80% к 20%. В дальнейшем планируется изменение

ситуации на 80% заявок – входящие запросы. Это произойдет только благодаря улучшению сервиса по работе с клиентами. Здесь вся работа будет лежать на сотрудниках, их надо будет мотивировать. За каждую успешную сделку – бонус. Поощрение всегда отлично работает.

На рынке г. Екатеринбурга, где планируемое предприятие будет осуществлять свою деятельность, уже работают следующие основные предприятия конкуренты:

1. Школа кулинарных приключений «Food Smile» проводит кулинарные, кондитерские, шоколадные, барменские и эногастрономические мастер-классы в ресторанах Екатеринбурга и за его пределами. Кроме этого они предлагают гостям дегустации спиртных напитков, редких сортов кофе и шоколада, чайные церемонии. Школа кулинарных приключений Food Smile организует гастрономические праздники на детские дни рождения, школьные мероприятия, частные вечеринки и корпоративы, а также проводит открытые мастер-классы для взрослых и детей, на которые могут прийти все желающие. Средняя цена участия в мастер-классе – 3 000 руб. Данная организация уделяет большое внимание рекламе своих услуг. Однако спрос на услуги данного предприятия не высок.

2. Кулинарная студия «Moderata» проводит кулинарные курсы, мастер-классы, организуют мероприятия следующих типов: мастер-классы на двоих, детские праздники, презентации брендов, выезды поваров, аренда оборудования, проведение шоу молекулярной кухни. Средняя цена участия в мастер-классе – 4 500 руб. Эта студия известная, объем реализации ее услуг высокий. Однако не все потребители услуг могут удовлетворить свою потребность из-за высокого уровня цен.

3. Академия кулинарии «Это просто» проводит индивидуальные и групповые мастер-классы, различные праздничные мероприятия. Средняя цена участия в мастер-классе – 2 800 руб. Академия также давно известна на рынке, объем реализации ее услуг высокий.

4. Различные рестораны, кафе, бары предлагают различные мастер-

классы в рамках выходного дня на своей территории, при этом привлекая к участию собственный персонал. Участие в таких мероприятиях бесплатное, так как считается, что гости окупят посещение мастер-класса дополнительно заказной едой и напитками. Например, мясной ресторан «Угли» по воскресеньям проводит детские мастер-классы, в то время, пока родители принимают пищу.

Эти предприятия покрывают спрос на данные услуги в г. Екатеринбурге не в полной мере. Основная причина неполного удовлетворения спроса – отсутствие на рынке кулинарной студии с высококвалифицированным персоналом и адекватными ценами.

Далее проведем SWOT-анализ кулинарной студии «МастерШеф» (табл. 6).

Таблица 6. SWOT-анализ кулинарной студии «МастерШеф»

Показатель	Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)	Возможности (O)	Угрозы (Т)
1	2	3	4	5
Услуги	Широкий ассортимент, современное оборудование, позволяющие наладить большой объем реализации услуг	Одно направление деятельности	Расширение числа услуг	Появление у конкурентов новых направлений деятельности
Цена	Выгодно, дешевле, чем у конкурентов	Зависимость от отпускных цен поставщиков	Поиск резервов снижения себестоимости услуги	Снижение цен у конкурентов или более медленный рост
Место	Выгодное месторасположение	Среднее помещение, не выделяется фасадом	Расширение площади	Находится в жилом доме, возможно негативное поведение жильцов
Продвижение	Индивидуальный подход к каждому клиенту, удобный для клиента способ	Минимум рекламы	Участие в различных акциях, молодежных праздниках, создание рекламы для	Летние каникулы у школьников, студентов, высокая стоимость рекламы

Продолжение табл. 6

1	2	3	4	5
Продвижение	обслуживания		сотрудников близлежащих офисов, установить им скидки	Летние каникулы у школьников, студентов, высокая стоимость рекламы
Персонал	Хорошо подготовленный персонал	Высокая оплата труда	Посещение различных выставок и семинаров	Появление известного шеф-повара у конкурентов
Обслуживание	Быстро, качественно, вежливо	В часы пикового спроса могут быть психологические перегрузки	Внедрение более быстрого обслуживания с сохранением качества	Рост требований клиентов к обслуживанию
Материальные доказательства	Стильный, современный дизайн	Среднее помещение, ограничение количества п/м	Создание филиальной сети	Большие площади конкурентов

Товар – услуги кулинарной студии «МастерШеф». Данное предприятие позиционирует себя как предприятие, где можно вкусно и недорого приготовить еду и попробовать собственные творения.

Реклама очень важна для развития кулинарной студии. Прежде чем составлять кампанию, необходимо понять, какой аудитории наиболее интересно совершенствоваться в этой области.

Чаще всего потенциальными клиентами являются женщины, недавно вступившие в брак или заскучавшие дома в декретном отпуске, но популярность высокой кухни растет, привлекая на курсы поваров мужчин, женщин зрелого возраста и другие категории. Следовательно, основная ориентация на девушек, женщин в возрасте от 25 до 55 лет, детей от 8 до 16 лет.

Рекламный текст, должен быть продуман и составлен так, чтобы обратить на себя как можно больше внимания. Для привлечения потенциальных учеников подходят:

- объявления в средствах массовой информации (на телевидении, радиостанциях, в газетах);
- расклейка листовок и распространение буклетов по городу;
- создание собственного сайта со всей информацией, контактными данными и услугами;
- мотивирование потенциальных клиентов такими средствами, как снижение цены при предоплате, скидка за приведенного друга или изучение сразу нескольких курсов.

Не стоит забывать о продвижении проекта при помощи рекламы. Грамотно выбранный путь рекламы стимулирует поток заинтересованных людей. Кулинарные курсы обычно посещают, домохозяйки и юные девушки и именно для них стоит ориентировать свою рекламу. Подача объявлений в популярные женские журналы и газеты тоже даст положительный эффект. Отличным вариантом будет размещение объявления на сайте города, в тематических группах или даже создание собственного сайта или паблика в социальных сетях, который будет нуждаться в продвижении, что потребует дополнительных вложений.

Общий план рекламной кампании кулинарной студии «МастерШеф» представим в таблицах 7-9 и рассчитаем итоговую сумму, которая будет необходима для проведения рекламной кампании.

Таблица 7. План рекламной кампании кулинарной студии «МастерШеф»

Виды рекламных мероприятий	Намеченные сроки	Ориентировочная стоимость, руб.
1	2	3
Бегущая строка на канале «41»	февраль 2019 г.	450 руб *12 дней*2 показа = 10 800
Радио-ролик на радио «Пилот»	01.02 – 28.02.19 г. по 2 раза в день (1 раз с 9.00 до 13.00ч., 1 раз с 17.00 до 21.00)	250 1 ролик*30 дней*2 показа = 15 000
Щит возле ТЦ «РадугаПарк»	Щит 3×6, Аренда места на срок 01.02 до 28.02.2019 г.	9 500

1	2	3
Рекламный штендер возле ТЦ «Алатырь»	Январь 2019 года	2 500
Печатная продукция (календари, буклеты)	Январь 2019 года	8 000
Internet-сайт	Январь 2019 года	10 000
Итого		57 800

Выбор данных каналов продвижения кулинарной студии обусловлен из-за наибольшей популярности среди жителей г. Екатеринбурга (согласно статистическим исследованиям за 2018 г.), а также из-за сравнительно невысокой стоимости услуг.

Итого общий бюджет рекламной кампании кулинарной студии «МастерШеф» составит 57 800 рублей.

Таблица 8. Медиа-план размещения текста на канале «41», февраль 2019 г.

Число	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
				X	X	X					X	X	X		
Число	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
			X	X	X					X	X	X			

Итого выходов на канале «41» на сумму 10 800 рублей.

Таблица 9. Медиа-план размещения рекламного радиоролика на радио «Пилот», февраль 2019 г.

Число	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Число	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Итого выходов радиоролика на радио «Пилот» на сумму 15 000 руб.

Таблица 10. Медиа-план размещения печатной продукции на январь 2019 г.

Число	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Число	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Разработка Internet-сайта планируется рекламной компанией ООО «Медиа-сервис» на январь 2019 г., действовать будет постоянно, т. е. бессрочно, расходы составят 10 000 рублей.

Кроме того, планируется проводить анкетирование среди покупателей с целью выявить слабые стороны в деятельности фирмы, степень удовлетворенности клиентов услугами кулинарной студии «МастерШеф», чтобы устранить недоработки и получить свежие идеи для дальнейшей работы.

Далее рассмотрим особенности ценообразования кулинарной студии «МастерШеф».

В крупных городах примерная стоимость мастер-классов обойдется порядка 3 000 рублей с человека, но если город маленький, то и цена, следовательно, будет ниже. Проанализировав рынок услуг кулинарных студий в г. Екатеринбурге, мы определили стоимость одного занятия.

Рассмотрим прейскурант цен на все услуги кулинарной студии «МастерШеф» в расчете на одного человека (табл. 11).

Таким образом, на момент открытия кулинарной студии «МастерШеф» планируется наличие 12 позиций услуг в ценовом диапазоне от 850 руб. до 40 000 руб. Услуги разнообразны по своему назначению и могут подойти имеющейся целевой аудитории.

Также в кулинарной студии «МастерШеф» можно будет приобрести подарочные сертификаты. Сертификаты кулинарной студии «МастерШеф» могут стать отличным подарком родственникам и друзьям, поэтому в ассортименте будут представлены сертификаты на любую стоимость, либо

определенный мастер-класс. Сертификаты будут распечатаны на цветной бумаге с символикой и печатью кулинарной студии «МастерШеф».

Таблица 11. Прейскурант цен на услуги кулинарной студии «МастерШеф»

№	Наименование	Минимальная цена, руб.	Максимальная цена, руб.
1	Корпоративные мероприятия	2 000	6 000
Кулинарные курсы			
2	Кулинарный курс «Европейский»	11 900	14 000
3	Кондитерский курс	10 200	12 000
4	Кондитерский курс по декору	18 700	22 000
5	Детская кулинарная студия	850	1 000
Мастер-классы			
6	Роллы с любовью	1 020	1 200
7	Коктейльная вечеринка	1 020	1 200
8	Дары моря	1 020	1 200
9	Дикая кухня	1 870	2 200
10	Холодный вечер	1 360	1 600
Выезд шеф-повара			
11	Цена за 1 час.	2 000	8 000
Молекулярная кухня			
12	Шоу МК	18 000	40 000

В кулинарной студии «МастерШеф» будут проводиться как групповые, так и индивидуальные занятия. Поэтому сертификат можно приобрести на посещение, как общего мастер-класса, так и заказать индивидуальное занятие в кулинарной студии.

При грамотном подходе, организация кулинарных курсов может стать довольно прибыльным бизнесом, к тому же еще и очень интересным. Не стоит считать, что если в городе проживает много людей, то вести дело будет проще. Большой город подразумевает собой и большое количество конкурентов, к тому же цена на аренду будут гораздо выше.

2.5 Производственный план

Чтобы произвести открытие студии кулинарного искусства, необходимо найти подходящее для этого помещение, в котором можно устроить просторную и удобную кухню.

Кулинарная студия «МастерШеф» может располагаться:

1. В арендованном помещении действующего общепита с оборудованием и инвентарем.
2. В помещении, снятом и оборудованном учредителем с нуля.

Первый вариант менее затратный, второй – более предпочтительный для престижа, уюта и атмосферы. Не менее важно и расположение заведения – добраться до него должно быть легко и быстро. Отлично подходят здания в центре города или недалеко от него.

Поэтому для создания кулинарной студии «МастерШеф» было выбрано помещение, сдаваемое в аренду по адресу: г. Екатеринбург, ул. Шейнкмана, д. 86. На рис. 5 представлено местоположение кулинарной студии «МастерШеф».

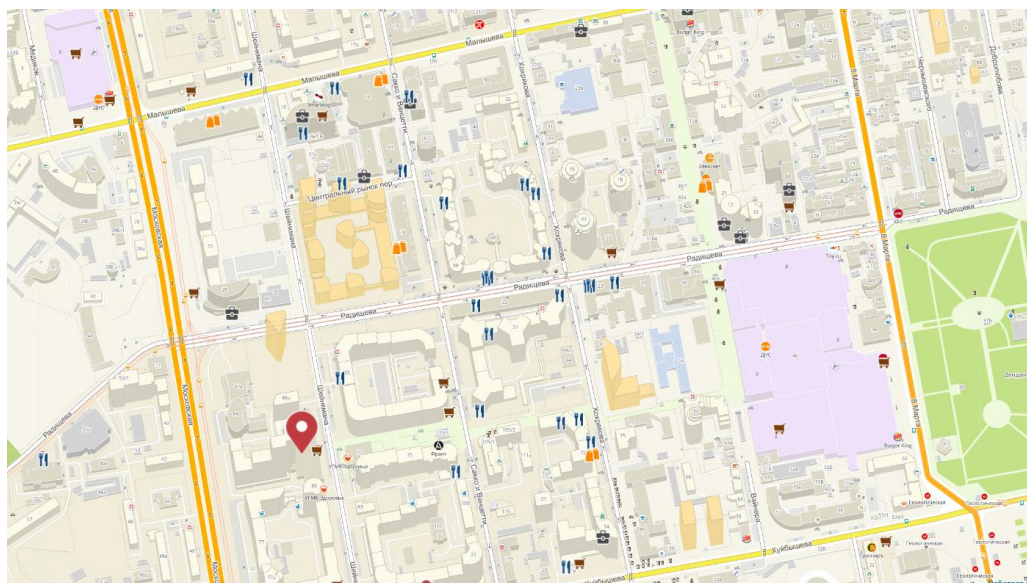


Рис. 5. Местоположение кулинарной студии «МастерШеф»

По этому адресу в долгосрочную аренду сдается помещение свободного, вход с ул. Шейнкмана. Здание введено в эксплуатацию в начале 2018 г. В помещении витражное остекление на ул. Шейнкмана.

В соответствии с планировкой помещения (рис. 6) – общая площадь помещения – 108 м².



Рис. 6. Планировка помещения

Ежемесячная плата – 40 000 руб. с учетом коммунальных платежей.

В Приложении 1 представлены фото помещения. На сегодняшний день ведутся отделочные работы. Помещение будет готово к эксплуатации с сентября 2018 г.

При планируемом открытии кулинарной студии «МастерШеф» с января 2019 г. для дизайнерской отделки помещения и установки оборудования останется 4 месяца.

На ремонтные работы потребуется потратить 70 600 руб. в соответствии с продуманным дизайном. Для выполнения данных работ будет заключен договор с дизайнерской студией «Мята».

Дизайнерская студия «Мята» предлагает пакет «Премиум», в который включены:

1. Обмерный план.
2. Планировочные решения.
3. 3D-визуализация фотореалистичного качества всех помещений.
4. Чертежи для строителей.
5. Ведомость по материалам и мебели.
6. Смета на ремонт.
7. Подбор по согласованным с Заказчиком ценам: сантехники, мебели, света, декора, обоев, строительных материалов и т. д.
8. Выполнение проекта работниками дизайнерской студии.

Эффективность функционирования любого заведения общественного питания, особенно того, которое относится к высокой категории обслуживания, зависит не только от квалификации и таланта работающих в нем поваров, но и от качества оборудования, его комплектации и грамотного использования. Одно дело приготовить вкусное блюдо в домашних условиях и совсем другое – приготовить это же блюдо в гораздо большем объеме и как можно быстрее, чтобы не заставлять клиентов ждать. Именно для этого в ресторанах и кафе используется специальное оборудование, помогающее не только увеличить скорость всех технологических процессов, но и повысить вкусовые качества производимых блюд.

Оборудование для кулинарных студий делится на несколько групп в зависимости от сферы применения.

1. Холодильное оборудование. Как правило, оно имеется в любой кулинарной студии. Отсутствие холодильников является нарушением санитарных норм и влечет за собой административную ответственность. Основные требования, которые предъявляются к холодильным установкам –

поддержка постоянного температурного режима и полная герметичность. В кулинарной студии обычно размещают специальные промышленные холодильники, оборудованные более мощными компрессорами, которые способны долго сохранять температуру в случае временного отключения электроэнергии.

В кулинарной студии могут понадобиться:

- шкафы холодильные и морозильные. Стоимость одной холодильной камеры зависит от объема, например, холодильник объемом 2,9 м³ обойдется в сумму примерно от 45 000 рублей, а с объемом 11,75 м³ – примерно от 78 000 рублей;

- морозильные витрины и лари, используемые для хранения замороженных полуфабрикатов. Средняя цена на ларь со стеклянной крышкой от 25 000 до 39 000 рублей, с пластиковой крышкой – от 16 000 до 31 000 рублей;

- ледогенераторы. Эти аппараты предназначены для производства кубикового или гранулированного льда. Стоимость ледогенератора напрямую зависит от его назначения и производительности. Так, генератор для кубикового льда со средней производительностью 20 кг в сутки обойдется примерно в 48 000 рублей. Средняя цена генератора гранулированного льда той же производительности – около 56 000 рублей;

- шкафы шоковой заморозки. Необходимы при больших объемах реализуемой продукции. Цена шкафа зависит от производительности. Например, небольшой шкаф с производительностью 5 кг за 240 минут стоит около 155 000 рублей;

- охлаждаемые столы. Используются в кулинарной студии, где сложно разместить одновременно разделочные столы и холодильное оборудование. Цена такого стола колеблется в диапазоне примерно от 40 000 до 60 000 рублей в зависимости от его площади и модели.

Количество единиц холодильного оборудования зависит от размера кулинарной студии. В небольшой кулинарной студии, например, достаточно

одного холодильного шкафа для хранения продуктов, а в крупной кулинарной студии могут понадобиться морозильные лари и шкафы шоковой заморозки.

2. Тепловое оборудование. Используется во всех кулинарных студиях, где производится приготовление горячих блюд, включая выпечку:

- жарочные поверхности и жарочные шкафы. Цена жарочного шкафа зависит от количества секций и противней и варьируется примерно от 25 000 до 100 000 рублей;

- электро- или газовые плиты. Профессиональные плиты могут быть как электрическими, так и газовыми, при этом последний вариант экономически более выгоден. Цены на плиты зависят от множества факторов, начиная от производителя и заканчивая мощностью и количеством нагреваемых поверхностей. Все профессиональные плиты должны иметь защитное покрытие нагреваемых поверхностей. Плиты без такого покрытия не допускаются к эксплуатации;

- пищевые котлы. Используются на больших предприятиях общественного питания для приготовления первых блюд или горячих напитков. Цены на котлы зависят от объема и технических возможностей. Например, стационарный котел без миксера на 250 литров стоит порядка 140 000 рублей, а опрокидываемый с миксером такого же объема – уже около 465 000 рублей;

- тепловой стол. Для поддержания нужной температуры используются тепловые столы. Цена на них начинается примерно от 50 000 рублей;

- пароконвектомат – универсальный агрегат, который позволяет одновременно выполнять несколько операций: от бланширования до жарки или запекания. При этом запахи разных блюд не смешиваются, поскольку пароконвектомат состоит из нескольких секций. Цена на него зависит от вместимости и мощности. Самая недорогая модель мощностью 3,2 кВт и вместимостью пять уровней стоит примерно 40 000 рублей.

3. Технологическое оборудование. Этот вид включает в себя все технологические приспособления, упрощающие и ускоряющие процесс приготовления пищи: блендеры, мясорубки, миксеры, овощерезки, мясорыхлители, хлеборезки, сыротерки и многое другое.

Все подобное оборудование для кулинарной студии должно обязательно отвечать высоким гигиеническим стандартам и изготавливаться из неокисляющихся материалов. Также оно должно легко мыться и чиститься, особенно это касается приборов для обработки рыбы и мяса. В больших заведениях обычно имеется несколько приборов каждого вида, а для маленьких кулинарных студий достаточно одного-двух.

Цены на технологическое оборудование зависят от его вида, например, на электромясорубку производительностью 200 кг в час цена составит около 37 000 рублей, а на хлеборезки – примерно от 55 000 до 400 000 рублей.

4. Хлебопекарное и кондитерское оборудование. Обычно такое профессиональное оборудование устанавливается в кулинарной студии и зависит от основной направленности заведения, но в любом случае потребуются основные агрегаты:

– тестомес. Для производства теста в больших объемах обязательно требуется тестомесильный агрегат, обладающий высокой производительностью и способный замешивать различные виды теста. Самой универсальной является взбивальная машина, умеющая не только производить тесто, но и готовить кремы, начинки, смеси. Важнейшие характеристики, от которых зависит цена на тестомес – скорость вращения месильного органа, производительность. Небольшой агрегат с производительностью 20 кг в день в среднем стоит около 50 000 рублей;

– просеиватель муки. Используется для разрыхления и просеивания муки, поскольку ее длительное хранение в мешках приводит к слеживанию и ухудшению качества мучных изделий. Цена на агрегат в зависимости от характеристик составляет примерно от 25 000 до 100 000 рублей;

– тестораскаточная машина. Чтобы придать основе мучных изделий идеальную ровность, применяют тестораскаточные машины. Они бывают двух видов: настольные и напольные. Средняя цена настольных машин – примерно от 45 000 до 270 000 рублей, напольных – примерно от 300 000 до 540 000 рублей.

5. Посудомоечное оборудование. Как правило, в кулинарной студии используется многоразовая посуда в большом количестве. Для ее качественного мытья необходимо иметь посудомоечные машины, поскольку при большом объеме работы невозможно достичь необходимого стерилизующего эффекта способом ручной мойки. Промышленные посудомоечные машины способны обработать до 700 единиц посуды в час. Цена на посудомоечные агрегаты зависит от производительности. Начинаясь примерно от 56 000 рублей, она может доходить до полутора миллионов.

6. Весовое оборудование. В кулинарной студии обычно используется два вида весов: складские и порционные. Порционные весы используются для определения и контроля веса отдельного блюда, а также для взвешивания товаров малых габаритов. Средняя цена на порционные весы составляет около 12 000 рублей. Складские весы служат для завешивания тяжелых товаров – мешков, коробок, туш при приеме их от поставщиков. Предел взвешивания оборудования может достигать 500 кг, а цена варьироваться примерно от 10 000 до 40 000 рублей.

7. Нейтральное оборудование. Это немеханическое оборудование, которое служит для того, чтобы сделать работу персонала кафе и ресторана максимально удобной. К нему относят столы, вытяжные шкафы, стеллажи, транспортеры, тележки для сбора посуды, полки, рукосушители, моечные ванны. Минимальный набор нейтрального оборудования кулинарной студии включает в себя стол, вытяжку, стеллажи и полки. Цены на них могут быть самыми разными в зависимости от производителя, размера и функциональности. Например, средняя стоимость стеллажа со сплошными полками составляет примерно 8 000 рублей.

Требования к профессиональному оборудованию кулинарной студии коренным образом отличаются от требований, предъявляемых к бытовому кухонному оборудованию. Во-первых, это прочность и долговечность. Нагрузка на профессиональную кухонную технику очень высока, она должна быть максимально надежной и способной в течение долгого времени работать без остановок. Во-вторых, функциональность и производительность. В кулинарной студии нередко требуется приготовление большого количества различных блюд. Производительность техники должна соответствовать потребностям кулинарной студии. В-третьих, устойчивость к воздействию среды. Приготовление пищи обычно производится в помещении с повышенной температурой и влажностью, поэтому недопустимо использование материалов, подверженных ржавчине или появлению плесени. Все профессиональное оборудование для кухни должно быть выполнено из материалов, разрешенных для контакта с пищевыми продуктами и средами и утвержденных постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 02.05.1997 № 10 «О Перечне материалов, изделий, оборудования». Кроме того, оно должно соответствовать нормам технического оснащения предприятий общепита, установленным в СанПиН 2.3.6. 1079-01.

Наряду с вышеперечисленными, требования к оборудованию могут зависеть от размера кулинарной студии, особенностей его концепции и кухни, специализации и даже времени работы.

Проведя анализ поставщиков, их цен, условий доставки и обслуживания, выбран поставщик – ГК «Юниторг». Группа Компаний «Юниторг» с 1997 года занимается проектированием, комплексным оснащением и сервисным обслуживанием предприятий общественного питания и торговли. В настоящее время главный офис ГК «Юниторг» находится в г. Челябинск. Кроме того, есть представительства в Екатеринбурге и Магнитогорске. Большинство представленных на сайте товаров находится на складах компании в этих городах. Следовательно, нам

удастся избежать лишних затрат на доставку. В стоимость оборудования входит его монтаж.

Полный перечень оборудования с его стоимостью представим в табл. 12.

Таблица 12. Перечень оборудования кулинарной студии «МастерШеф»

Наименование	Цена за 1 шт., руб.	Количество, шт.	Цена, руб.
Камера холодильная КХН-2,94 (80 мм.) 1360x1360x2200	46 195	1	46 195
Ларь морозильный МЛК-350	18 450	2	36 900
Плита индукционная GEMLUX GL-CIC35	8 111	10	56 777
Шкаф жарочный ШЭЖ-923	58 320	2	116 640
Шкаф пекарский Gierre mega 640M	156 518	1	56 518
Зонт вытяжной островной двухсторонний Gruppo Incasso PRO	8 200	3	24 600
Электроводонагреватель проточный ЭВАД- 10/1.6	8 682	1	8 682
Печь СВЧ D90D23SL-YR Gastrotop	6 915	2	13 830
Стол с подогревом островной NICOLD TS 10 SN O	40 080	2	80 160
Фритюрница AIRHOT EF4	4 728	5	23 640
Фаршемешалка AIRHOT MM-11	11 061	2	22 122
Терка для твердых сортов сыра FIMAR 8/D	18 475	2	36 950
Печь для пиццы PYNL PEO-40x1 380	27 555	2	55 110
Печь хлебопек. электрич. ХПЭ-500	29 500	2	40 000
Блинница HURAKAN HKN-CSE400	8 742	4	34 968
Вафельница Hurakan HKN-GES1M	5 531	4	22 124
Соковыжималка JAU	5 253	1	5 253
Кофемашина Nuova Simonelli Oscar II black	47 386	1	47 386
Весы порционные RE-500	4 216	3	12 648
Столы, за которыми будут кушать посетители	1 673	10	8 365
Стул Стандарт С133	986	30	19 720
Система безопасности (огнетушители, пожарная сигнализация, охранная система)	120 000	1	120 000
Итого:	536 577	73	907 588

Таким образом, затраты на приобретение оборудования, его монтаж и доставку составят 907 588 руб. Потребуется купить и установить 73 единицы.

Основные средства (капитал) участвуя в производстве продукции длительный период постепенно изнашиваются, перенося свою стоимость на создаваемый продукт частями, по мере участия в производственном процессе.

Амортизация основных средств начисляется ежемесячно по нормативам отчислений на полное восстановление основных производственных средств, начисленную, исходя из их балансовой стоимости, включая издержки обращения.

Срок полезного использования средств – 5 лет. Годовая норма амортизации равна 20 % (100 % / 5 лет). Следовательно, годовая сумма амортизации составит 181 517,6 руб. (907 588 руб. x 20 %). Сумма ежемесячных амортизационных отчислений составит 15 126,47 руб. (181 517,6 руб. / 12 мес.).

Помимо оборудования потребуется специальная одежда для сотрудников и посетителей кулинарной студии «МастерШеф». Одежда будет приобретена в количестве 40 позиций у поставщика «HORECALINE». На одежду будет нанесено название студии. Стоимость 1 комплекта (китель, брюки, колпак) при оптовом заказе составляет 1 600 руб., добавление логотипа на 1 комплект – 220 руб. Итоговая стоимость составляет – 64 000 + 8 800 = 72 800 руб.

Следовательно, на оборудование и форму понадобится 980 388 руб.

Закупать продукты для приготовления пищи стоит у проверенных и добросовестных поставщиков. Вкусовые качества готового продукта напрямую зависят от доброкачественности и свежести исходных. Поэтому кулинарной студии «МастерШеф» будут заключены договоры на поставку продуктов со следующими организациями:

1. ROSTOK meatgroup – уральский поставщик мяса.
2. Бест – безалкогольные напитки, консервация и крупы.

3. Вершина вкуса – поставка экзотических продуктов питания в элитные рестораны и магазины.

4. Контур – торговля свежей плодовоовощной, молочной продукцией и соками.

5. Петрович – молочная, сырная и масложировая продукция от отечественных и импортных производителей.

6. Продсервис – поставка сырья для хлебопекарного и кондитерского производства.

7. СМК продукт – оптовый поставщик злаковых, сахара и муки.

Закупка продуктов будет осуществляться на основании заявок на мастер-классы и кулинарные курсы, это связано с тем, что продукты всегда должны быть свежими и вкусными.

Следовательно, в среднем при запуске 4 кулинарных курсов и проведении 15 мастер-классов в месяц, проведении 3 корпоративов нам потребуется производить закупки на сумму 35 500 руб. / мес.

Далее рассчитаем планируемый объем реализации оказываемых услуг кулинарной студией «МастерШеф» (табл. 13), и рассчитаем вероятный объем прибыли.

Таблица 13. Планируемый объем реализации оказываемых услуг кулинарной студией «МастерШеф», 2019 г.

Месяц	Наименование услуги	Объем, шт.	Цена услуги, руб.	Выручка, руб.
1	2	3	4	5
Январь	Корпоратив	4	6 000	24 000
	Кулинарный курс	4	14 000	56 000
	МК	5	1 600	8 000
	МК	4	2 200	8 800
	МК	5	1 600	8 000
Февраль	Корпоратив	8	6 000	48 000
	Кулинарный курс	6	22 000	132 000
	МК	8	1 200	9 600
	МК	9	2 200	19 800
	МК	8	1 600	12 800

1	2	3	4	5
Март	Корпоратив	8	6 000	48 000
	Кулинарный курс	6	14 000	84 000
	Кулинарный курс	8	12 000	96 000
	МК	10	1 200	12 000
	МК	8	2 200	17 600
	МК	8	1 600	12 800
Апрель	Корпоратив	9	6 000	54 000
	Кулинарный курс	8	12 000	96 000
	Кулинарный курс	10	22 000	220 000
	МК	11	1 200	13 200
	МК	9	2 200	19 800
	МК	10	1 600	16 000
Май	Корпоратив	9	6 000	54 000
	Кулинарный курс	8	22 000	176 000
	Кулинарный курс	3	12 000	36 000
	МК	10	1 200	12 000
	МК	12	2 200	26 400
	МК	8	1 600	12 800
Июнь	Корпоратив	5	6 000	30 000
	Кулинарный курс	6	14 000	84 000
	Кулинарный курс	8	1 000	8 000
	МК	6	1 200	7 200
	МК	8	1 200	9 600
	МК	6	2 200	13 200
	МК	8	1 600	12 800
	Молекулярная кухня	6	40 000	240 000
Июль	Корпоратив	6	6 000	36 000
	Кулинарный курс	6	12 000	72 000
	Кулинарный курс	8	1 000	8 000
	МК	10	1 200	12 000
	МК	9	1 200	10 800
	МК	7	2 200	15 400
	МК	6	1 600	9 600
	Молекулярная кухня	8	40 000	320 000
Август	Корпоратив	8	6 000	48 000
	Кулинарный курс	7	22 000	154 000
	Кулинарный курс	8	1 000	8 000
	МК	10	1 200	12 000
	МК	11	1 200	13 200
	МК	9	2 200	19 800
	МК	10	1 600	16 000
	Молекулярная кухня	6	40 000	240 000

Продолжение табл. 13

1	2	3	4	5
Сентябрь	Корпоратив	10	6 000	60 000
	Кулинарный курс	10	14 000	140 000
	Кулинарный курс	12	1 000	12 000
	МК	15	1 200	18 000
	МК	12	2 200	26 400
	МК	11	1 600	17 600
	Молекулярная кухня	5	40 000	200 000
Октябрь	Корпоратив	10	6 000	60 000
	Кулинарный курс	10	12 000	120 000
	Кулинарный курс	8	22 000	176 000
	МК	8	1 200	9 600
	МК	7	2 200	15 400
	МК	6	1 600	9 600
	Молекулярная кухня	4	40 000	160 000
Ноябрь	Корпоратив	7	6 000	42 000
	Кулинарный курс	9	12 000	108 000
	Кулинарный курс	8	1 000	8 000
	МК	8	1 200	9 600
	МК	10	2 200	22 000
	МК	8	1 600	12 800
	Молекулярная кухня	6	40 000	240 000
Декабрь	Корпоратив	10	6 000	60 000
	Выезд ШП	4	8 000	32 000
	Кулинарный курс	5	22 000	110 000
	Кулинарный курс	6	1 000	6 000
	МК	5	1 200	6 000
	МК	6	2 200	13 200
	МК	4	1 600	6 400
	Молекулярная кухня	7	40 000	280 000
Итого		629	690 000	4 578 800

Под услугой «корпоратив» подразумевается и проведение дней рождений, праздников и других мероприятий. Всего за 2019 год планируется реализовать 629 услуг с получением выручки в размере 4 578 800 руб.

2.6 Организационный план

Для открытия кулинарной студии «МастерШеф» необходимо зарегистрировать предприятие и получить целый ряд разрешительной документации.

Рассмотрим данный процесс подробнее:

1. Зарегистрироваться в налоговой инспекции. В качестве организационно-правовой формы подходит индивидуальное предприятие. Пакет документов для этой процедуры минимальный (удостоверение личности и заявление), государственная пошлина небольшая, оформление занимает несколько дней.

2. Выбранное под бизнес помещение должно соответствовать нормам и стандартам, которые будут проверены Санитарно-эпидемиологической, пожарной и газовой службами. Приготовление пищи должно быть безопасным для здоровья человека, противопожарная защита, система вентиляции и оборудование – работать исправно.

3. Повара обязаны пройти медицинский осмотр и предоставить санитарные книжки.

Стоимость на получение разрешений и регистрацию в качестве ИП составляет 20 000 руб. Прохождение медицинского осмотра будет проведено по договору об оказании медицинских услуг с ООО «Городская больница № 41», где стоимость прохождения медицинского осмотра составляет 2 500 руб. / чел., следовательно, потребуется 8 чел. x 2 500 руб. = 20 000 руб.

В настоящее время утвердилось общее мнение, что основу успешно действующих организаций составляет её персонал. Ныне человеческий потенциал признаётся главной составляющей национального богатства и основной движущей силой экономического роста.

От качества этого потенциала зависят темпы научно-технического прогресса, организация и культура труда его производительность. Высокая производительность обеспечивается не столько техникой, сколько персоналом.

Таким образом, организационная структура управления организацией, личностные характеристики и квалификация персонала – ключевые моменты успеха дела в целом, особенно в малом бизнесе.

Поскольку кулинарная студия «МастерШеф» малое предприятие с небольшим количеством персонала, целесообразно использовать линейно-функциональную организационную структуру. Численность персонала составляет 7 человек. Руководство деятельностью организации будет осуществлять генеральный директор.

Схема организационной структуры управления кулинарной студией «МастерШеф» представлена на рис. 8.

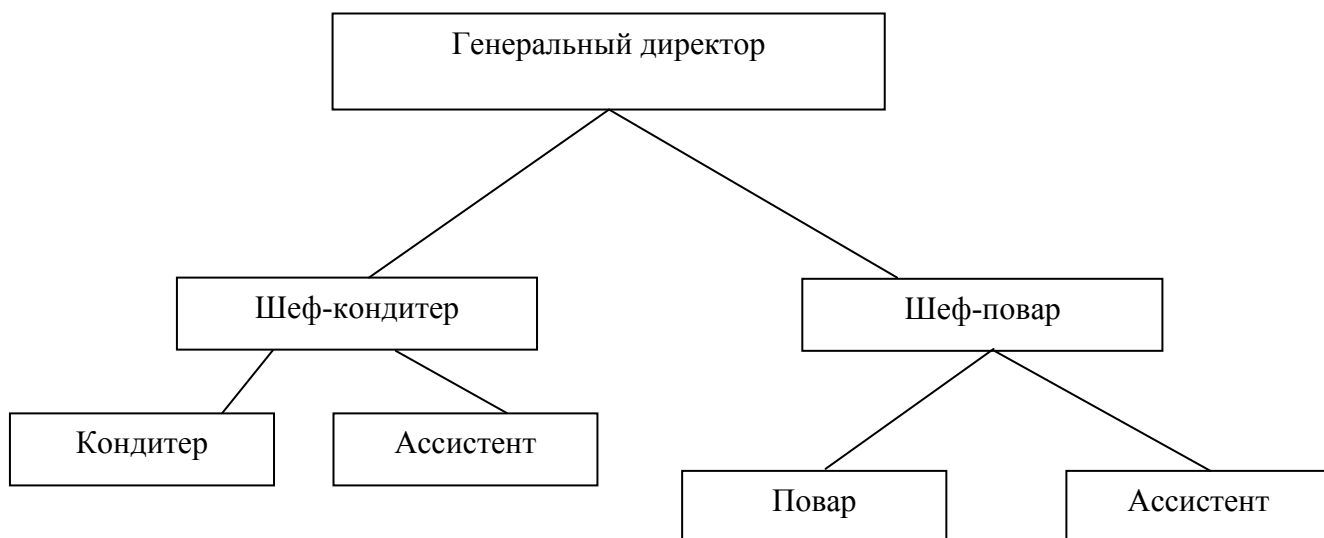


Рис. 8. Организационная структура управления кулинарной студией «МастерШеф»

Генеральный директор действует от имени организации, представляет её интересы во всех предприятиях различных форм собственности. По

хозяйственной деятельности заключает договоры, открывает расчётный счёт в банке, выдаёт доверенности, в соответствии с трудовым законодательством издаёт приказы и распоряжения, осуществляет приём и увольнение граждан, привлекаемых к участию в трудовой деятельности, применяет к ним поощрения и взыскания, осуществляет операции по приёму, учёту, выдаче и хранению денежных средств. Является материально ответственным лицом, следит за правильным ведением документации, организует и осуществляет бухгалтерский учёт, проверяет достоверность получаемой информации, контролирует соблюдение законности при расходовании денежных и материальных ресурсов, а также учёт издержек производства и обращения, исполнение смет расходов. Образование высшее, опыт работы на руководящей должности от трёх лет.

Квалификация, коммуникабельность, и способности к преподаванию – основные требования к шеф-поварам и шеф-кондитерам. Только расположив к себе людей и наглядно показав то, что необходимо делать, можно добиться успехов в деятельности и привлечь широкую публику. К выбору преподавателя следует отнестись очень щепетильно и внимательно, от этого сотрудника зависит благополучность бизнеса.

Самым идеальным вариантом является найм преподавателя, уже имеющего опыт в такой работе. Немаловажным качеством к человеку на роль преподавателя является так же и общительность, ведь его задача состоит не только в обучении, но и в поддержке дружеской атмосферы на занятиях. Так же он должен поддерживать каждого ученика. Не секрет что многие люди посещают такие курсы не только для того что получить навыки, но и что бы пообщаться с новыми людьми.

Кроме шеф-повара, шеф-кондитера, повара и кондитера, потребуется трудоустройство ассистентов, отвечающих за подготовку рабочих мест и уборку их после занятий. В качестве ассистентов будут приглашены студенты очных и заочных форм обучения.

Для полного обеспечения производственных потребностей предприятия работниками был произведён расчёт структуры и численности персонала. Наряду с этим приводится предполагаемый уровень оплаты труда и размер фонда заработной платы за на 2019 г. (табл. 14).

Таблица 14. Расчёт численности и заработной платы персонала кулинарной студии «МастерШеф», 2019 г.

Должность	Количество штатных единиц	Тарифная ставка (оклад)	Всего в месяц, руб.
Генеральный директор	1	23 000	23 000
Шеф-повар	1	22 000	22 000
Шеф-кондитер	1	22 000	22 000
Повар	1	16 000	16 000
Кондитер	1	16 000	16 000
Ассистент	2	14 000	28 000
Итого	7	113 000	127 000

В перспективе планируется выплачивать премии сотрудникам в виде процентов от проведения мастер-классов и кулинарных курсов.

Для оплаты страховых взносов в качестве ИП, необходимо знать следующие нюансы:

1. Страховые взносы. ИП с годовым доходом 300 000 руб. и менее платят только 2 платежа за себя на общую сумму 32 385 руб. Индивидуальные предприниматели с годовым доходом более 300 000 руб. платят за себя (дополнительно к вышеуказанной сумме 32 385 руб.) 1% от дохода, превышающего 300 000 руб. Следовательно, сумма страховых взносов составит – 79 515 руб. / год, или 6 626,25 руб. / мес.

2. Пенсионные страховые взносы. Пенсионные взносы составляют 26 545 руб. в год (6 636,25 руб. за квартал, 2 212,08(3) руб. в месяц). Если годовой доход превысил 300 000 руб., необходимо дополнительно заплатить 1% от этого превышения). То есть, за год мы планируем получить 4 578 800 руб., значит заплатить надо $(4\,578\,800 - 300\,000) \times 1\% = 52\,544$ руб. К этой

сумме добавляем базовую ставку – 26 545 руб., итоговая сумма пенсионных страховых взносов составит 52 544 руб. + 26 545 руб. = 73 675 руб. / год или 6 139,58 руб. / мес.

3. Медицинские страховые взносы. Медицинский страховой взнос в 2018 году составляет 5 840 руб. / год, или 486,6 руб. / мес. Но, данный вид взносов при доходе, превышающем 300 000 руб. / год - не уплачиваются.

Следовательно, общая сумма страховых взносов составит 159 030 руб. / год или 13 252,43 руб. / мес.

Общая сумма затрат на оплату труда (табл. 14) и на выплату страховых взносов равна 1 683 030 руб. / год (127 000 руб. x 12 мес. + 159 030 руб.). Ежемесячные затраты – 140 252,43 руб. (127 000 руб. + 13 252,43 руб.).

По мере развития бизнеса возможно привлечение дополнительных сотрудников.

2.7 Финансовый план

В расчетах необходимо просчитать все необходимые затраты: аренда, оплата преподавателям, оборудование, покупка продуктов. К посещению кулинарных курсов можно привлекать не только взрослую аудиторию, но так же и детей, организовав им специальные отдельные занятия. Для проведения расчетов нами была использована программа «Альт-Инвест».

Инвестиционные затраты на открытие кулинарной студии «МастерШеф» составляют 1 234 288 руб. (табл. 15).

Таблица 15. Инвестиционные затраты на открытие кулинарной студии «МастерШеф»

Статья затрат	Итого, руб.
Регистрация бизнеса, получение разрешений	20 000
Аренда и дизайн помещения	110 600
Оборудование и форма	980 388
Первоначальная закупка продуктов	65 500
Реклама	57 800
Итого:	1 234 288

Следовательно, для открытия кулинарной студии «МастерШеф» потребуется 1 234 288 руб. Так как собственных средств на открытие студии нет, необходимо подобрать кредит в банке на требуемую сумму.

При выборе банка, в котором возможно взять кредит были рассмотрены три крупнейших банка: «Сбербанк России», «СКБ - Банк», и «Россельхозбанк». Банк «Россельхозбанк», ответил отказом, предположительно по причине того, что данный банк редко работает с только открывающимся бизнесом, предпочитая предоставлять кредиты на развитие уже имеющегося. Из двух оставшихся банков, готовых выдать кредит кулинарной студии «МастерШеф», был выбран «СКБ-Банк», который достаточно давно находится на рынке и по стабильности мало уступает Сбербанку, а ставки по кредитам предлагает значительно ниже.

Таблица 16. Схема выплат кредитного займа

№ платежа	Дата платежа	Сумма платежа	Основной долг	Начисленные проценты	Остаток задолженности
1	Ноябрь, 2018	28 786,57	16 003,23	12 783,33	1 283 996,77
2	Ноябрь, 2019	28 786,57	17 997,17	10 789,4	1 079 229,84
3	Ноябрь, 2020	28 786,57	20 239,54	8 547,03	848 949,84
4	Ноябрь, 2021	28 786,57	22 761,3	6 025,27	589 977,93
5	Ноябрь, 2022	28 786,57	25 597,26	3 189,31	298 739,23
6	Октябрь, 2023	28 786,57	28 506,26	280,31	0,00
Итого по кредиту		1 727 194,03	1 300 000	427 194,03	

Итак, кулинарной студией «МастерШеф» будет взят кредит на сумму 1 300 000 руб. под годовую процентную ставку 11,8 % на срок 5 лет, начиная с ноября 2018 г. под залог собственности. В таблице 16 представлена схема погашения кредита.

Таким образом, сумма ежемесячного платежа составит 28 786,57 руб.

Далее рассмотрим ежемесячные затраты кулинарной студии «МастерШеф». В ежемесячные затраты входят как постоянные, так и переменные издержки (прямые расходы), зависящие от объемов реализации услуг.

В таблице 17 представлены усредненные ежемесячные издержки кулинарной студии «МастерШеф».

Таблица 17. Ежемесячные затраты кулинарной студии «МастерШеф»

Статья затрат	Итого, руб.
Аренда помещения	40 000
ФОТ	140 252,43
Эксплуатационные и маркетинговые платежи, платежи за вывески, уборку помещения и вывоз мусора	10 000
Закупка продуктов	30 000
Амортизационные отчисления	15 126,47
Выплаты по кредиту	28 786,57
Итого:	264 165

Следовательно, средние ежемесячные затраты кулинарной студии «МастерШеф» составят 264 165 руб. Ежемесячные расходы будут меняться в зависимости от объемов услуг, соответственно, будет меняться сумма на закупку продуктов и эксплуатационные платежи.

Для того чтобы обеспечить работоспособность кулинарной студии «МастерШеф» в первые два месяца, будут вложены собственные средства в размере 500 000 руб. Соответственно, мы должны их учесть при формировании финансового результата.

С учетом представленных расходов, рассмотрим в таблице 18 финансовый результат кулинарной студии «МастерШеф» за первый год работы.

Таблица 18. Финансовый результат кулинарной студии «МастерШеф», 2019 г.

Показатель	Выручка	Расходы	Прибыль до налогообложения	УСН, 6 %	Чистая прибыль
Январь	104 800	244 165	- 139 365	-	- 139 365
Февраль	222 200	249 980	- 27 780	-	- 27 780
Март	270 400	253 360	17 040	1 022	16 018
Апрель	284 000	255 600	28 400	1 704	26 696
Май	317 200	285 480	31 720	1 903	29 817
Июнь	404 800	364 320	40 480	2 429	38 051
Июль	483 800	435 420	48 380	2 903	45 477
Август	511 000	459 900	51 100	3 066	48 034
Сентябрь	474 000	426 600	47 400	2 844	44 556
Октябрь	550 600	495 540	55 060	3 304	51 756
Ноябрь	442 400	398 160	44 240	2 654	41 586
Декабрь	513 600	462 240	51 360	3 082	48 278
Итого	4 578 800	4 330 765	248 035	24 911	223 124

В каждом месяце будет получена чистая прибыль. Летние месяцы будут обеспечиваться за счет проведения мастер-классов и корпоративов, дней рождений. Чистая прибыль за 2019 г. составит 223 124 руб.

Теперь следует составить сводную таблицу финансовых результатов для расчета основных экономических показателей эффективности на 5 лет (табл. 19).

Таблица 19. Финансовые результаты кулинарной студии «МастерШеф», 2019-2023 гг.

Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
Выручка	4 578 800	5 494 560	6 593 472	7 912 166	9 494 600
Расходы	4 330 765	4 763 842	5 478 418	6 300 180	7 434 213
Прибыль до налогообложения	248 035	730 719	1 115 054	1 611 986	2 060 387
УСН, 6 %	24 911,00	43 843,11	66 903,26	96 719,16	123 623,21
Чистая прибыль	223 124	686 875	1 048 151	1 515 267	1 936 764

Согласно спрогнозированным данным, кулинарная студия «МастерШеф» начнет получать чистую прибыль, начиная с первого года работы.

Далее рассчитаем основные показатели экономической эффективности открытия кулинарной студии «МастерШеф»:

- чистый дисконтированный доход (NPV);
- индекс доходности (PI);
- период окупаемости первоначальных затрат (PP);
- средневзвешенная ставка рентабельности (ARR).

При расчете чистого дисконтированного дохода использовалась ставка дисконтирования в размере 10 %. Положительный ЧДД будет получен в 2021 г. и будет равен 97 428,35 руб.

Индекс доходности равен 1,84. Так как показатель выше 1, то будет получена положительная текущая стоимость проекта.

Период окупаемости равен 5 лет 6 месяцев.

Рентабельность предприятия составляет 7 %.

Таким образом, рассчитанные показатели экономической эффективности открытия кулинарной студии «МастерШеф» доказывают, что открытие данного бизнеса будет эффективным, однако в виду высоких затрат на его открытие, окупаемость вложений будет достигнута на 6 год работы.

2.8 Оценка рисков и их страхование

Оценка рисков создания кулинарной студии «МастерШеф» будет произведена экспертным методом. Экспертный метод заключается в изучении поставленных экспертами оценок в отдельности по каждому из

видов риска. Одним из способов экспертной оценки рисков инвестиционного проекта является Метод Делфи. В этом случае экспертам нельзя между собой делиться результатами исследований и собственным мнением, что позволяет получить максимально объективную окончательную оценку.

Для оценки выявленных рисков при создании кулинарной студии «МастерШеф» использовались оценки экспертов на рынке на 2018 г., опубликованные на официальном сайте «Аврора-Консалтинг».

При реализации проекта по созданию кулинарной студии «МастерШеф» существует вероятность того, что реальный доход будет отличаться от прогнозируемого, т. е. существуют инвестиционные риски.

Общий инвестиционный риск является суммой систематического (не диверсифицируемого) и несистематического (подлежащего диверсификации) рисков.

Систематический риск возникает вследствие внешних событий (война, инфляция, стагнация и т.д.), его действие не ограничивается рамками одного проекта и его невозможно устранить путем диверсификации. По поводу этого риска можно лишь отметить, что он составляет от 2 до 5% по любым инвестиционным проектам.

Несистематический риск (риск, который можно устранить или сократить посредством диверсификации), связанный с реализацией предлагаемого проекта, включает в себя:

- риск несоблюдения расчетных сроков реализации проекта - 2%,
- риск отсутствия или падения спроса - 3%,
- риск неплатежей - 1%.

Максимальный размер рисков при реализации предлагаемого проекта составляет 6%.

Такая величина рисков не оказывает значительного влияния на экономические показатели проекта.

Риск несоблюдения расчетных сроков реализации проекта сведен до минимальных размеров вследствие следующих факторов:

- осуществлены детальные предпроектные проработки по каждому разделу проекта;
- достигнуты договоренности с надежными строительными организациями о поставке строительных материалов и оборудования высокого качества;
- осуществлен подбор участников строительства курортного центра, имеющих многолетний опыт ведения строительства различных объектов.

Риск отсутствия или падения спроса маловероятен вследствие того, что рынок продолжает развиваться. Высокое качество оказываемых услуг, высокий уровень спроса, позволяют свести этот вид риска к минимуму.

Риск неплатежей: в условиях кризиса платежеспособного спроса присутствует вероятность риска неплатежей. На сведение до минимума риска такого характера будет направлена маркетинговая программа компании, предусматривающая получение определенных гарантий оплаты, либо ориентированная на работу по предоплате.

Выводы по второй главе

Кулинарная студия – это интересный и красивый вид предпринимательской деятельности. Клиенты имеют возможность учиться, общаться, перенимать опыт у квалифицированных специалистов, предприниматели – получать долгожданную прибыль, и все в совокупности получают удовольствие от работы.

Для создания кулинарной студии «МастерШеф» было выбрано помещение, сдаваемое в аренду по адресу: г. Екатеринбург, ул. Шейнкмана, д. 86. Затраты на приобретение оборудования, его монтаж и доставку

составят – 907 588 руб. Потребуется купить и установить 73 единицы. Общий бюджет рекламной кампании кулинарной студии «МастерШеф» составит 57 800 рублей.

Услуги кулинарной студии «МастерШеф»:

I. Корпоративные мероприятия, дни рождения, прочие праздники.

II. Кулинарные курсы.

III. Мастер-классы.

IV. Выезд шеф-повара на мероприятия.

V. Молекулярная кухня.

Инвестиционные затраты на открытие кулинарной студии «МастерШеф» составляют 1 300 000 руб.

Период окупаемости равен 5 лет 6 месяцев. Рентабельность предприятия составляет 7 %.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изучив теоретические аспекты бизнес-планирования, были сделаны выводы, что любой бизнес может стать прибыльным, если изначально все грамотно распланировать. Именно для этих целей и был придуман бизнес-план. К разработке бизнес-плана следует подходить очень ответственно, ведь в дальнейшем придется действовать в соответствии с ним. Для составления бизнес-плана необходимо четко определить цели и пути их достижения. Нужно провести довольно большую работу, разобравшись в вопросах рыночного спроса, на ту или иную продукцию или услугу, которую планируется оказывать потребителям в процессе своей деятельности. Прежде всего, бизнес-план необходим для того, чтобы дать возможность ознакомления с делом, потенциальным инвесторам и кредиторам, ведь в сущности именно от того насколько проект будет привлекательным и перспективным и зависит успех будущего бизнеса.

Кулинарная студия «МастерШеф» планирует проводить занятия несколько раз в неделю, группы набирать от 5 до 10 человек, так как каждому человеку преподаватель должен уделять внимание. Такой метод подхода значительно повысит усвояемость материала. Это будет привлекать новых учеников. Еще одной услугой кулинарной студии «МастерШеф» будет являться организация мастер-классов. Это подразумевает собой выезд опытного шеф-повара к клиенту на дом, праздничные мероприятия, где и будет происходить процесс обучения.

Услуги кулинарной студии «МастерШеф»:

- I. Корпоративные мероприятия, дни рождения, прочие праздники.
- II. Кулинарные курсы.
- III. Мастер-классы.
- IV. Выезд шеф-повара на мероприятия.

V. Молекулярная кухня.

Предложенные услуги определяются по составу, цене и спросу на рынке. Они рассчитаны на аудиторию в возрасте от 8 лет. Предоставляются различные курсы, мастер-классы, выездные мероприятия и шоу. В соответствии с уровнем сложности, стоимость продуктов и квалификации повара определяется стоимость реализуемых услуг.

На рынке г. Екатеринбурга, где планируемое предприятие будет осуществлять свою деятельность, уже работают основные конкуренты. Эти предприятия покрывают спрос на данные услуги в г. Екатеринбурге не в полной мере. Основная причина неполного удовлетворения спроса – отсутствие на рынке кулинарной студии с высококвалифицированным персоналом и адекватными ценами.

Для создания кулинарной студии «МастерШеф» было выбрано помещение, сдаваемое в аренду по адресу: г. Екатеринбург, ул. Шейнкмана, д. 86. Затраты на приобретение оборудования, его монтаж и доставку составят – 907 588 руб. Потребуется купить и установить 73 единицы. Общий бюджет рекламной кампании кулинарной студии «МастерШеф» составит 57 800 рублей.

Для открытия кулинарной студии «МастерШеф» необходимо зарегистрировать предприятие и получить целый ряд разрешительной документации. Поскольку кулинарная студия «МастерШеф» малое предприятие с небольшим количеством персонала, целесообразно использовать линейно-функциональную организационную структуру. Численность персонала составляет 7 человек. Руководство деятельностью организации будет осуществлять генеральный директор.

Инвестиционные затраты на открытие кулинарной студии «МастерШеф» составляют 1 300 000 руб. В ежемесячные затраты входят как постоянные, так и переменные издержки (прямые расходы), зависящие от объемов реализации услуг составят 264 165 руб.

Согласно спрогнозированным данным, кулинарная студия «МастерШеф» начнет получать чистую прибыль, начиная с 2019 г. При расчете чистого дисконтированного дохода использовалась ставка дисконтирования в размере 10 %. Положительный ЧДД будет получен в 2021 г. и будет равен 97 428,35 руб. Индекс доходности равен 1,84. Так как показатель выше 1, то будет получена положительная текущая стоимость проекта.

Период окупаемости равен 5 лет 6 месяцев. Рентабельность предприятия составляет 7 %.

При реализации проекта по созданию кулинарной студии «МастерШеф» существует вероятность того, что реальный доход будет отличаться от прогнозируемого, т. е. существуют инвестиционные риски.

Таким образом, разработанный бизнес-план открытия кулинарной студии «МастерШеф» доказывает, что открытие данного бизнеса будет эффективным.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамов, В.С. Стратегический менеджмент / В.С. Абрамов, С.В. Абрамов. М. : Юрайт, 2017. – 248 с.
2. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100 %. Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Р. Абрамс. М. : Альпина Паблишер, 2018. – 468 с.
3. Алиев, В.С. Практикум по бизнес-планированию с использованием программы Project Expert / В.С. Алиев. М. : Инфра-М, 2017. – 288 с.
4. Афитов, Э.А. Планирование на предприятии / Э.А. Афитов. М. : Инфра-М, 2015. – 352 с.
5. Басовский, Л.Е. Прогнозирование и планирование в условиях рынка / Л.Е. Басовский. М. : Инфра-М, 2017. – 272 с.
6. Блинов, А.О. Теория организации и организационное поведение (теория и практика) / А.О. Блинов, Н.В. Угрюмова. М. : КноРус, 2018. – 284 с.
7. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта / Т.С. Бронникова. М. : Инфра-М, 2017. – 216 с.
8. Буров, В.П. Бизнес-план фирмы: теория и практика / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. М. : Инфра-М, 2018. – 192 с.
9. Вайс, Е.С. Планирование на предприятии (организации) / Е.С. Вайс, В.М. Васильцова, Т.А. Вайс, В.С. Васильцов. М. : КноРус, 2018. – 336 с.
10. Веснин, В.Р. Теория организации в схемах / В.Р. Веснин. М. : Проспект, 2017. – 126 с.
11. Волков, А.С. Бизнес-планирование / А.С. Волков, А.А. Марченко. М. : РИОР, 2016. – 80 с.

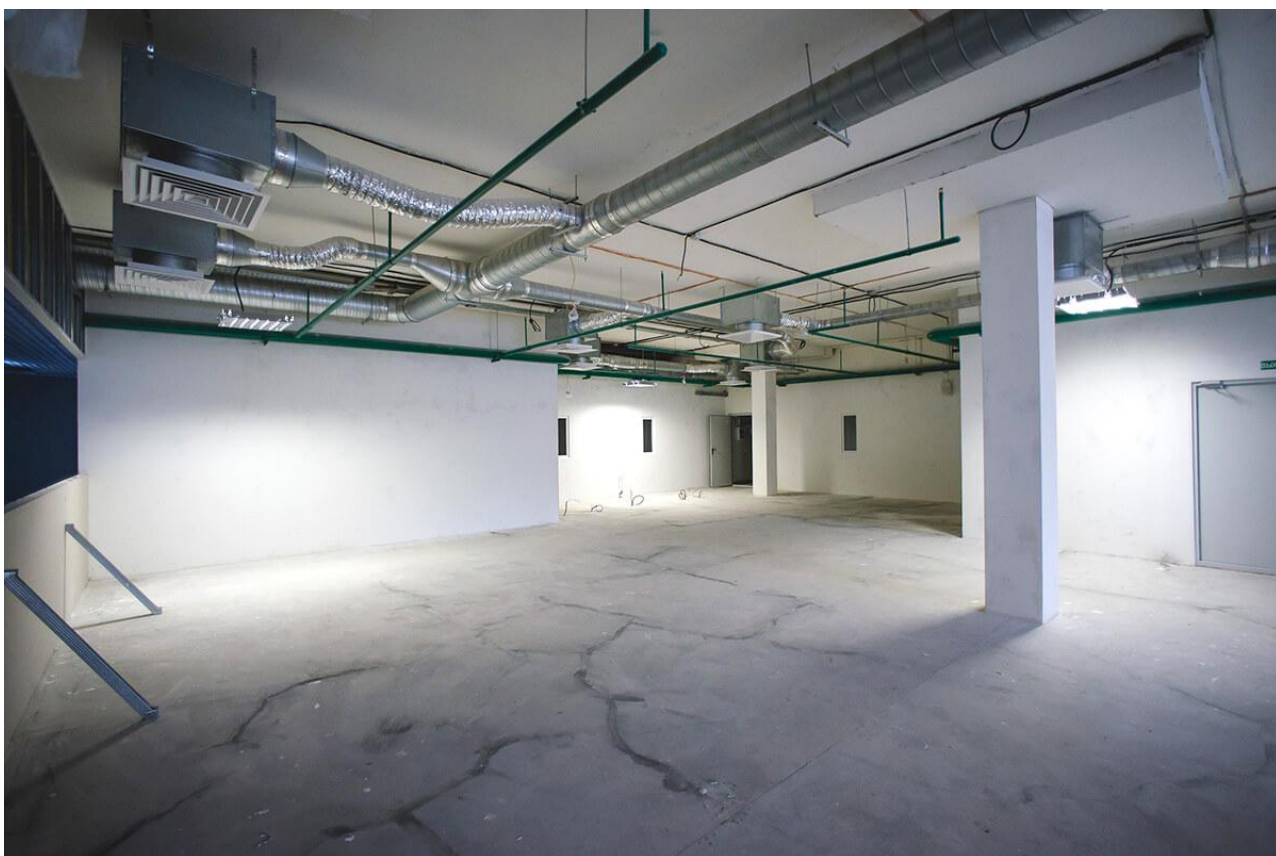
12. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов / В.Л. Горбунов. 2018. – 288 с.
13. Друкер, П.Ф. Практика менеджмента / П.Ф. Друкер. М. Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 402 с.
14. Друкер, П.Ф. Эффективный руководитель / П.Ф. Друкер. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 238 с.
15. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии / И.А. Дубровин. М. : Дашков и Ко, 2016. – 432 с.
16. Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. М. : КноРус, 2017. – 200 с.
17. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент / А.Т. Зуб. М. : Юрайт, 2017. – 376 с.
18. Иванова, Т.Ю. Теория организации / Т.Ю. Иванова. М. : КноРус, 2016. – 430 с.
19. Кабанов, В.Н. Организация предпринимательской деятельности: самоучитель / В.Н. Кабанов. М. : Русайнс, 2017. – 304 с.
20. Карлберг, К. Бизнес-анализ с использованием Excel / К. Карлберг. М. : Вильямс, 2015. – 576 с.
21. Кузьмина, Е.Е. Организация предпринимательской деятельности / Е.Е. Кузьмина, Л.П. Кузьмина. М. : Юрайт, 2017. – 508 с.
22. Латфуллин, Г.Р. Теория организации / Г.Р. Латфуллин, А.В. Райченко. М. : Юрайт, 2016. – 448 с.
23. Либерман, И.А. Планирование на предприятии / И.А. Либерман. М. : РИОР, 2016. – 208 с.
24. Литвинова, Т.Н. Планирование на предприятии (в организации) / Т.Н. Литвинова, И.А. Морозова, Е.Г. Попкова. М. : Инфра-М, 2016. – 156 с.
25. Мардас, А.Н. Теория организации / А.Н. Мардас, О.А. Гуляева. М. : Юрайт, 2017. – 130 с.

26. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование / В.А. Морошкин, В.П. Буров. М. : Инфра-М, 2016. – 288 с.
27. Новичков Н.В. Теория организации / Н.В. Новичков. М. : КноРус, 2017. – 216 с.
28. Номейн, А. Как составить бизнес-план / А. Номейн. М. : Издательские решения, 2017. – 26 с.
29. Орлова, Е.Р. Бизнес-план. Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова. М. : Омега-Л, 2016. – 176 с.
30. Парахина, В.Н. Теория организации / В.Н. Парахина, Т.М. Федоренко, Е.Ю. Шацкая. М. : КноРус, 2017. – 360 с.
31. Петров, К.Н. Как разработать бизнес-план / К.Н. Петров. М. : Вильямс, 2015. – 320 с.
32. Попова, Е.П. Теория организации / Е.П. Попова, К.В. Решетникова. М. : Юрайт, 2017. – 338 с.
33. Пророков, А.Г. Организация предпринимательской деятельности в таблицах и схемах / А.Г. Пророков, Л.И. Чистоходова. М. : Проспект, 2016. – 200 с.
34. Райзберг, Б.А. Основы экономики и предпринимательства / Б.А. Райзберг. М. : Высшая школа экономики, 2015. – 344 с.
35. Романова, М.В. Бизнес-планирование / М.В. Романова. М. : Инфра-М, 2015. – 240 с.
36. Русецкая, О.В. Теория организации / О.В. Русецкая, Л.А. Трофимова, Е.В. Песоцкая. М. : Юрайт, 2016. – 392 с.
37. Сергеев, А.А. Бизнес-планирование: учеб. пособ. / А.А. Сергеев. М. : Юрайт, 2016. – 463 с.
38. Смирнов, Э.А. Теория организации / Э.А. Смирнов. М. : Инфра-М, 2016. – 248 с.
39. Теория организации / Под ред. Г.Р. Латфуллина, О.Н. Громовой, А.В. Райченко. М. : Юрайт, 2017. – 158 с.

40. Третьякова, Е.Л. Теория организации / Е.Л. Третьякова. М. : КноРус, 2016. – 224 с.
41. Шастико, А.Е. Экономическая теория организаций / А.Е. Шастико. М. : Проспект, 2016. – 304 с.
42. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
43. Гражданский кодекс РФ (часть первая) № 51-ФЗ от 30.11.1994 г. (ред. от 29.12.2017) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
44. Налоговый кодекс РФ (часть первая) № 146-ФЗ от 9.07.1998 г. (ред. от 19.02.2018) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
45. Налоговый кодекс РФ (часть вторая) № 117-ФЗ от 5.08.2000 г. (ред. от 19.02.2018) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
46. Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://smb.gov66.ru/>
47. Федеральный закон от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (ред. от 31.12.2017) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».
48. Федеральный закон от 8 августа 2001 года № 129-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» (ред. от 27.11.2017) // Доступ из справ.- прав. системы «Консультант Плюс».

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Фото помещения





ГЛОССАРИЙ

Понятие	Определение понятия	Источник
Безубыточность	возникает при равенстве затрат доходам предприятия	Райзберг, Б.А. Основы экономики и предпринимательства / Б.А. Райзберг. М. : Высшая школа экономики, 2015. 344 с.
Бизнес	приносящая доход деятельность граждан, имеющих собственность	Абрамов, В.С. Стратегический менеджмент / В.С. Абрамов, С.В. Абрамов. М. : Юрайт, 2017. 248 с.
Бизнес-план	это документ, в котором формулируется цель предполагаемой экономической деятельности, описываются работы, услуги, содержится анализ рынка, а также рассматриваются организационно-правовые вопросы и функции производства, дается технико-экономическое обоснование эффективности планируемой работы	Волков, А.С. Бизнес-планирование / А.С. Волков, А.А. Марченко. М. : РИОР, 2016. 80 с.
Бизнес-планирование	процесс разработки системы мероприятий, предусматривающей цели, содержание, сбалансированное взаимодействие ресурсов, объем, методы, последовательность и сроки выполнения работ по производству и реализации определенной продукции или оказанию услуг	Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. М. : КноРус, 2017. 200 с.
Издержки предприятия	это денежное выражение затрат производственных факторов, необходимых для осуществления производственной и коммерческой деятельности предприятия	Абрамов, В.С. Стратегический менеджмент / В.С. Абрамов, С.В. Абрамов. М. : Юрайт, 2017. 248 с.
Конкуренция	противоборство, соперничество между участниками рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и услуг с целью получения максимальной прибыли	Афитов, Э.А. Планирование на предприятии / Э.А. Афитов. М. : Инфра-М, 2015. 352 с.
Маркетинг	Это процесс согласования возможностей компании и запросов потребителей. согласно его широкому пониманию – это	Волков, А.С. Бизнес-планирование / А.С. Волков,

Понятие	Определение понятия	Источник
	социально-управленческий процесс, посредством которого индивидуумы и группы людей путем создания продуктов и их обмена получают то, в чем нуждаются	А.А. Марченко. М. : РИОР, 2016. 80 с.
Ниша рынка	это незанятая или неполностью занятая конкурентами часть рынка	Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. М. : КноРус, 2017. 200 с.
Основные фонды	средства труда, которые, сохраняя свою натурально-вещественную форму, многократно участвуют в производственном процессе и постепенно, по мере износа, переносят свою стоимость на готовую продукцию	Волков, А.С. Бизнес-планирование / А.С. Волков, А.А. Марченко. М. : РИОР, 2016. 80 с.
Переменные издержки	меняются в прямой зависимости от объема производства. Они связаны с затратами на покупку сырья и рабочей силы	Райзберг, Б.А. Основы экономики и предпринимательства / Б.А. Райзберг. М. : Высшая школа экономики, 2015. 344 с.
Планирование	процесс разработки и последующего контроля за ходом реализации плана и его корректировки в соответствии с изменяющимися условиями. В общем случае это процесс обработки информации по обоснованию предстоящих действий, определение наилучших способов достижения целей	Волков, А.С. Бизнес-планирование / А.С. Волков, А.А. Марченко. М. : РИОР, 2016. 80 с.
Постоянные издержки	расходы, которые остаются неизменными, каково бы ни было количество производимой продукции. К ним относятся плата за аренду помещения, затраты на оборудование, оплата управленческого и административного персонала, страхование, реклама, проценты за кредит и др.	Абрамов, В.С. Стратегический менеджмент / В.С. Абрамов, С.В. Абрамов. М. : Юрайт, 2017. 248 с.
Предприятие	самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли	Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. М. : КноРус, 2017.

Понятие	Определение понятия	Источник
		200 с.
Прибыль	конечный финансовый результат производственно-хозяйственной деятельности предприятия, показатель ее эффективности, источник средств для осуществления инвестиций, формирования специальных фондов, а также платежей в бюджет. Прибыль образуется в результате превышения доходов над расходами, если же расходы превышают доходы, то организация терпит убытки	Райзберг, Б.А. Основы экономики и предпринимательства / Б.А. Райзберг. М. : Высшая школа экономики, 2015. 344 с.
Проект	замысел (задача, проблема) и необходимые средства для его реализации с целью достижения желаемого экономического, технического, технологического и организационного результата	Волков, А.С. Бизнес-планирование / А.С. Волков, А.А. Марченко. М. : РИОР, 2016. 80 с.
Развитие организации	процесс принятия решения, при котором достигается целевое (желательное и более совершенное) состояние деятельности и путь его достижения с учетом внутренних возможностей и внешних факторов (условий)	Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. М. : КноРус, 2017. 200 с.
Рентабельность	показатель, который характеризует эффективность применения или потребления ресурсов; соотношение прибыли с затратами	Абрамов, В.С. Стратегический менеджмент / В.С. Абрамов, С.В. Абрамов. М. : Юрайт, 2017. 248 с.
Сфера услуг	комплекс предприятий, учреждений, организаций и видов деятельности, занятых производством всего многообразия услуг	Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов / В.Л. Горбунов. 2018. 288 с.
Цена	сумма денежных средств, взимаемая за товар, инструмент расчета продавца с покупателем за продукты и услуги	Волков, А.С. Бизнес-планирование / А.С. Волков, А.А. Марченко. М. : РИОР, 2016. 80 с.