

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	2
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
1.1 Бизнес-план: характеристика, цели и задачи разработки, функции, виды, значение.....	4
1.2 Сравнительная характеристика существующих методик разработки бизнес-планов.....	10
1.3 Программные продукты применяемые, при разработке бизнес- плана.....	16
2. МЕТОДИКА РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС-ПЛАНА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
2.1 Особенности составления бизнес-плана предприятия общественного питания в современных условиях.....	20
2.2 Последовательность разработки бизнес-плана предприятия общественного питания.....	26
3. ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНЫХ РАЗДЕЛОВ БИЗНЕС-ПЛАНА ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ООО «Freedom»	
3.1 Резюме.....	28
3.2 Описание бизнес-идеи.....	29
3.3 План маркетинга.....	32
3.4 Производственный план.....	43
3.5 Организационный план.....	52
3.6 Разработка финансового плана предприятия.....	59
3.7 Оценка рисков и страхование от них.....	67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	71
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	73
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	75

## ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбранной темы бакалаврской работы обусловлена тем, что бизнес-планирование позволяет смоделировать варианты решения ситуаций, возникающих на пути становления бизнеса начинающего предпринимателя. Любой бизнес является неким коммерческое предприятием, которое создаётся предпринимателем ради получения прибыли и успешного взаимодействия между потребителем и производителем товаров, работ, услуг.

Состояние современной экологии, в так же данные о заболеваемости населения такими заболеваниями как: пищевые аллергии, нарушения обмена веществ и сахарный диабет. Приводят к выводам, о популяризации здорового образа жизни и правильного питания среди населения.

Но предприятия общественного питания, призванные удовлетворять потребности населения в пище, не могут осуществить данную функцию, в силу специфики спроса на пищевые продукты у вышеуказанной части населения.

Цель «разрабатываемого предприятия общественного питания» - Удовлетворение спроса людей, страдающих пищевыми аллергиями, ведущих здоровый образ жизни (ЗОЖ), добровольно отказавшихся от употребления в пищу некоторых пищевых продуктов, питания в гипоаллергенных, низкокалорийных продуктах общественного питания.

Цель бакалаврской работы - разработать бизнес-план предприятия общественного питания, специализирующегося на гипоаллергенных ингредиентах и предоставляющего низкокалорийную диетическую продукцию на рынке г. Красноярск.

В связи с поставленной целью были сформированы следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты бизнес-плана в современных условиях;
- охарактеризовать бизнес-план, его цели, задачи разработки, функции, виды и значение;
- сравнить существующие методики разработки бизнес-планов;

- рассмотреть программные продукты, применяемые при разработке бизнес-планов;
- составить методику разработки бизнес-плана в современных условиях;
- подвергнуть анализу особенности составления бизнес-плана предприятия общественного питания в современных условиях;
- составить методику разработки бизнес-плана предприятия общественного питания;
- Охарактеризовать основные разделы бизнес-плана предприятия общественного питания ООО «Freedom»

Теоретической основой исследования являются работы отечественных экономистов по изучаемым вопросам и проблемам (Э.А. Батраевой, П.И. Орловой, И.В. Петрученя, А.Н.Соломатина и т.д.); законодательство Российской Федерации и его структур; данные Госкомстата Российской Федерации, в том числе по субъекту Федерации; официальные инструктивно-методические материалы, публикации в периодической печати, тезисы докладов и статьи научно-практических конференций, а также материалы собственных исследований.

Методической основой написания бакалаврской работы является использование следующих методов научного познания: теоретических, общелогических, эмпирических, статистических, маркетинговых исследований.

Объект исследования – разрабатываемое предприятие общественного питания

Предмет исследования – бизнес-план.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Общий объем работы 75 стр. Бакалаврская работа иллюстрирована 11 рисунками; 29 таблицами, 29 приложениями. Список использованных источников включает в себя 25 источников.

## 1. Теоретические аспекты разработки бизнес-плана в современных условиях

### 1.1 Бизнес-план: характеристика, цели и задачи разработки, функции, виды, значение

Бизнес-план — это исследование состояния отрасли, рынка, и конкурентных условий для разрабатываемого предприятия, подразумевающее под собой совокупность структурированных и взаимосвязанных компонентов, определяющих цели и задачи деятельности предприятия в обозначенных условиях среды. Условия современного рынка характеризуются своей динамичностью в связи с чем деятельность предприятий на основе плана является отражением реакции предприятия на предвиденные изменения факторов, влияющих на него. Планирование своей деятельности является неотъемлемым условием работы всех видов, отраслей, и форм существования предприятий.

Одной из наиболее распространенных форм планирования ан предприятиях, является бизнес-планирование.

Бизнес план — это программный документ, дающий развернутое обоснование проекта и возможность всесторонне оценить эффективность принимаемых решений, планируемых мероприятий, совокупность экономических показателей, описание действий, направленных на реализацию поставленной цели деятельности предприятия [16].

Компетентно разработанный бизнес-план, позволяет результативно осуществлять взаимодействие между предпринимателем и инвесторами на взаимовыгодных условиях, осуществлять компетентные контроль и руководство предприятием, а также планирование результатов деятельности предприятия как на будущий период и анализ результатов деятельности в отчетном периоде работы предприятия.

Бизнес план является актуальным инструментом описания процесса функционирования, указания целей деятельности, и путей их достижения для предприятий во всех сферах экономики. Это в своем роде научно-исследовательская, аналитическая и проектная работа, которая призвана вывести предприятие на новый уровень существования, будь это его открытие, интеграция или реструктуризация. Бизнес-план не является статичным документом, с изменением факторов, влияющих на предприятие, изменяется и его структура, задачи, сроки исполнения и результативность применения.

Важнейшей составляющей бизнес-плана являются цели его разработки. В исследуемых литературных источниках приведено множество вариаций целей бизнес-плана, основными из них являются:

- Привлечение к предприятию внимания инвесторов;
- Средства донесения и распространения информации среди лиц, непосредственно реализующих проект;
- Подготовка социальной базы для реализации проекта (общественное мнение, доказательство целесообразности проекта);
- Контроль и управление, позволяющие оценивать результаты деятельности предприятия за определенный период времени.

Цели, поставленные перед разработчиками бизнес-плана, реализуется с помощью решения определенного ряда задач:

- Определение сильных и слабых сторон предприятия, а также его возможностей в сформировавшихся на данный момент времени рыночных условиях;
- Формирование целей предприятия, стратегий и тактик их достижения в определенном временном периоде;
- Исследование рынков деятельности предприятия, а также предоставляемых ими товаров и услуг;
- Определение конкурентоспособности предприятия и разработка стратегий борьбы с предприятиями-конкурентами;

– Разработка маркетинговых мероприятий предприятия, организация рекламы, стимулирование продаж, установление ценообразования и каналов сбыта продукции предприятия;

– Оценка финансового положения фирмы в данный момент времени, сопоставление полученных результатов с планируемыми, анализ обеспеченности предприятия планируемыми ресурсами;

– Получение необходимых для реализации бизнес-плана денежных средств от инвестора;

– Оценка факторов способных помешать, запланированному ходу событий необходимых для реализации проекта.

Кроме решаемых с помощью бизнес-плана задач, в современной практике он выполняет еще и ряд некоторых функций:

1. Использование бизнес-плана для разработки стратегий дальнейшего развития предприятия в момент его создания или при выработке новых направлений деятельности уже существующего предприятия.

2. Планирование, позволяющее оценить возможности развития предприятия, а также систематизировать и контролировать процессы происходящие внутри предприятия;

3. Привлечение различных видов денежных средств на предприятие и распределение денежных потоков предприятия, без которого невозможно осуществлять его деятельность;

4. Вовлечение потенциальных партнеров и поставщиков в деятельность предприятия, с целью расширения позиций, занимаемых предприятием на рынке, привлечения дополнительных денежных средств и технологий;

Таким образом, бизнес-план, выполняя различные группы функций, обеспечивает возможность анализа, оценки, позиционирования, контроля и управления в условиях неопределенности и динамичности как внешней, так и внутренней среды предприятия. Реализация перечисленных выше функций, целей и задач бизнес-плана, позволяет повысить уровень адаптации

всех бизнес-процессов предприятия к постоянным изменениям окружающей его, рыночной среды.

Во время разработки бизнес-плана является важным соблюдать определенный набор принципов бизнес-планирования:

Основные принципы бизнес-планирования и их характеристика подробно рассмотрены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Принципы бизнес-планирования

Принцип	Характеристика
Компетентность	Для разработки бизнес-плана требуются глубокие знания и умения в правильной оценке рыночных позиций предприятия и проведении экономически обоснованных расчетов.
Методичность	Процесс разработки должен быть структурирован, и подчинен определенной последовательности разработки его составляющих.
Системность	Системность достигается тремя способами: 1. Наличием общей (единой) экономической цели и взаимодействием всех структурных подразделений предприятия по горизонтальному и вертикальному уровням планирования; 2. Все сопряженные частичные планы структурных единиц фирмы и сфер деятельности (производства, сбыта, персонала, инвестирования и др.) во взаимосвязи должны составлять общий сводный план ее социально-экономического развития; 3. Включения в план всех факторов, которые могут иметь значение для принятия решений.
Универсальность	Разрабатываемый бизнес-план должен соответствовать интересам всех вовлечённых в его исполнение сторон.
Мотивация	Востребованность и внимание к способностям работников призванных притворять в жизнь разработанный бизнес-план повышает коэффициент их личной заинтересованности в удачном исполнении проекта, а так же стимулирует к повышению квалификации.
Точность	При составлении количественных и качественных показателей, а также ведении экономической оценки проекта, следует соблюдать все требования к расчетам и проверять их результаты.  Своевременное и правильное решение задач бизнес-плана, способствует наиболее быстрому достижению целей его разработки.
Социальная ориентация	Предусматривает социальное развитие коллектива и Обеспечение экологичности, безопасности и эргономичности выпускаемых товаров, для населения и окружающей среды.
Адекватность	Соответствие плановых показателей реальной ситуации. Отсутствие невыполнимых целей задач поставленных разработчиком.

Верно составленный бизнес-план, соответствующий всем принципам бизнес-планирования, в конечном счете отвечает на вопросы инвесторов: нужно ли вкладывать в данное предприятие средства, принесут ли данные вложение доходы, способные окупить затраты?

Среди огромного многообразия бизнес-планов рыночной системы, можно выделить их следующую классификацию по видам, представленную в таблице 1.2.

Таблица 1.2- Классификация бизнес-планов по видам

Критерий	Вид бизнес-плана
В зависимости от назначения	1.Бизнес-план для внутреннего пользования 2.Инвестиционный бизнес-план 3.Антикризисный бизнес-план
По цели реализации	1.Коммерческий 2.Некоммерческий
По отраслевой принадлежности	1.Промышленный 2. Бизнес-план в сфере торговли 3. Смешанный бизнес-план
По специфике конечного продукта	1.Технический 2.Экономический 3.Организационный 4.Соцмальный 5.Смешанный
По длительности исполнения	1.Краткосрочный (до 3-х лет) 2.Среднесрочный (от 3-х до 5-ти лет) 3.Долгосрочный (свыше 5-ти лет)
По масштабу	1.Малый (до 10 млн. руб.) 2.Средний (от 10 до 50 млн. руб.) 3.Значительный (от 50 до 100 млн руб.) 4.Сверхзначительный (свыше 100 млн. руб)
По степени сложности	1.Проект одного предприятия 2.Монопроект 3. Мультипроект 4.Мегопроект
По степени взаимного влияния	1.Замещающие 2.Взаимодополняющие 3.Независимые 4.Синергические 5. Взаимопомогающие
В зависимости от целей разработки	1.Полный бизнес-план 2.Концепт бизнес-план 3. Бизнес-план для группы 4. Заявка на грант 5.Заявка на кредит



Значительная часть бизнес-планов носит инновационный характер. Разработка и внедрение различного рода инноваций являются основной целью для инновационных бизнес-планов. Это может быть, как разработка и внедрение нового продукта (услуги) в спектр товаров (услуг) уже действующего предприятия, так и различные исследования. В частности, разработка новой технологии или исследование и изучение какой либо отрасли или рынка.

В таком бизнес плане, должна быть ясно и точно определена цель проекта. Вместе с тем промежуточные цели и задачи проекта могут претерпевать ряд изменений, в зависимости от достигнутых в ходе осуществления проекта результатов. Так же могут варьироваться и временные рамки проекта. Специфика такого проекта заключается в его финансировании, зачастую четко ограниченной суммой, что влияет на распределение ресурсов и варьирование целей и задач проекта по мере его осуществления.

Так же важным является отметить такой вид бизнес плана как бизнес-план для социального проекта. Целью такого плана является-создание и модернизация и улучшение уже существующих систем жизнеобеспечения. В большинстве своем такие планы сосредоточены в отраслях здравоохранения, социальной защиты, и помощи нуждающемуся в ней населению. Цели для данных проектов, обычно отображаются в общих чертах и могут претерпевать значительные изменения в ходе претворения проекта в жизнь. Так же в данном виде бизнес-планов большое влияние на сроки исполнения проекта имеет факт достижение его промежуточных целей. Введу того, что средства на данные проекты чаще всего выделяются государством или благотворительными фондами, разработчик может ограничиться лишь указанием на источники финансирования, в частных случаях указав объем желаемых инвестиций.

В ходе процесса работы над бизнес-планом разработчику необходимо обеспечить его, ясность, четкость, краткость, правильность и логичность, обоснованные экономическими показателями и цифровыми данными.

Бизнес-план для инвестора, должен быть цифровым отражением картины функционирования разрабатываемого предприятия. С помощью бизнес-плана происходит процесс ознакомления с предприятием. Бизнес-планирование позволяет соединить интересы собственника с интересами работников, а также реализовать в полной мере их возможности в условиях ограничений, неопределенности и рисков.

Вслед за определением значения бизнес-плана, его функций и видов, целесообразно рассмотреть, существующие методики разработки бизнес-планов.

## 1.2 Сравнительная характеристика существующих методик разработки бизнес-планов

В настоящий момент на территории Российской Федерации не ведена единая действующая система разработки бизнес-плана. Такие универсальные методики как COMFAR и PROSPIN лицензированные организацией ООН по промышленному развитию и предпочтительные для иностранных инвесторов, тоже не получили широкого распространения так как применительно к российскому рынку имеют ряд ограничений, основными из которых являются:

- Различие в законодательной базе и подзаконных нормативных актов;
- Различие систем стандартизации;
- Разные аналитические формы документов, несовпадение их структуры.

Сегодня имеется множество методик разработки бизнес-планов. Так как, зачастую выбор методики является решением инвестора, а не разработчика бизнес-плана, то вопрос выбора методики решается сам. Но при отсутствии данных требований разработчик сам в праве принимать данное решение, и в этом случае существуют следующие зарубежные и отечественные методики:

Зарубежные методики разработки бизнес-планов

Таблица 1.3- Характеристика методик разработки бизнес-плана предприятия и его структуры

---

- Методика ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития)
  - Методика TACIS (Technical Assistance for the Commonwealth of Independent States), Европейским Союзом для стран СНГ
  - Методика KPMG (КПНГ)
  - Методика UNIDO (United Nations Industrial Development Organization)
  - Методика BFM Group (Bureau of Financial Modeling)
- Отечественные методики разработки бизнес-планов:
- Стандарт Правительства Российской Федерации
  - Стандарт Федерального Фонда поддержки малого предпринимательства
  - Стандарт ОАО "Россельхозбанк"

Подробное описание данных методик представлено в таблице 1.3.

Название методики	Характеристика	Предлагаемая структура
Методика ЕБРР (Европейский банк реконструкции и развития)	Особый упор стандарта бизнес-план делается на анализе рисков, swot анализ. Банк финансирует все отрасли промышленности, в том числе через банков-партнеров.	1.Титульный лист 2.Раздел бизнес-плана: Меморандум о конфиденциальности 3.Раздел бизнес-плана: Резюме 4.Раздел бизнес-плана: Предприятие 5. Раздел бизнес-плана: Проект 6.Раздел бизнес-плана: Финансирование 7.Раздел бизнес-плана: Приложения
Методика TACIS	Методика TACIS Европейского Союза для Новых Независимых Государств, делает основной упор на техническую помощь содружеству независимых государств. Особое внимание стандарт уделяет техническим рискам.	1.Введение 2.Краткое описание 3.Бизнес и его общая стратегия 4.Маркетинговый анализ и маркетинговая стратегия 5.Производство и эксплуатация 6.Управление и процесс принятия решений 7.Финансы 8.Факторы риска 9.Приложение 1. Примеры коэффициентов 10.Приложение 2. Глоссарий
Методика KPMG	Компания KPMG представляет из себя международную сеть компаний и предлагает консультационные, аудиторские и другие виды услуг. Компания KPMG предлагает свое видение структуры бизнес-плана. Упор бизнес-плана делается на анализе рынка, отрасли и продвижению будущего продукта или услуги.	1. Резюме 2. Продукция и услуги 3.Анализ рынка и отрасли 4. Целевые рынки 5.Стратегии рекламы и продвижения 6. Управление 7. Финансовый анализ 8. Приложения
Методика UNIDO	United Nations Industrial Development Organization (Организация Объединенных Наций по промышленному развитию, ЮНИДО) — организация поддерживающая развитие развивающихся стран. Описана общая структура, принятая по данному стандарту. Особый упор стандарт делается на детальном описании идеи. Является самой распространенной методикой.	1.Резюме 2.Идея (сущность) предлагаемого проекта 3.План маркетинга 4.План производства 5.Организационный план 6.Финансовый план доходов и расходов. 7.Приложение

<p>Методика BFM Group (Bureau of Financial Modeling)</p>	<p>Типовое содержание бизнес-плана, разработанное украинской консалтинговой компанией BFM Group. Особый упор стандарта бизнес-плана BFM Group делается на анализе цепочки добавленной стоимости и влияния на нее рисков, а так же очень серьезные требования к финансовым моделям и их анализу, что подтверждает силу Советской математической школы.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Меморандум конфиденциальности</li> <li>2. Анотация бизнес-плана</li> <li>3. Резюме бизнес-плана</li> <li>4. Кампания</li> <li>5. Среда для бизнеса</li> <li>6. Характеристика продукции бизнеса</li> <li>7. Анализ рынков сбыта</li> <li>8. Конкуренция и конкурентное преимущество</li> <li>9. Организационная деятельность</li> <li>10. Стратегия плана маркетинга</li> <li>11. План продаж</li> <li>12. План производства</li> <li>13. Организационный план</li> <li>14. Инвестиционный план</li> <li>15. Финансовый план</li> <li>16. Приложения</li> </ol>
<p>Стандарт Правительства РФ</p>	<p>К государственным методикам бизнес-планирования следует отнести методические рекомендации, предъявляемые к бизнес-планам со стороны органов государственной власти, министерств, ведомств, а также со стороны органов местного самоуправления.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Титульный лист</li> <li>2. Резюме проекта (3-4 стр.)</li> <li>3. Анализ положения дел в отрасли (3-4 стр.)</li> <li>4. Производственный план (до 5 стр.)</li> <li>5. План маркетинга (до 5 стр.)</li> <li>6. Организационный план (2-3 стр.)</li> <li>7. Финансовый план (до 5 стр.)</li> </ol>
<p>Стандарт Федерального Фонда поддержки малого предпринимательства</p>	<p>Настоящие требования подготовлены ФФПМП с целью помочь субъектам малого предпринимательства при обращении за финансированием. В каждом проекте есть свои элементы</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обзорный раздел</li> <li>2. Описание предприятия</li> <li>3. Описание продукции (услуг)</li> <li>4. Анализ рынка</li> <li>5. Производственный план</li> <li>6. План сбыта</li> <li>7. Финансовый план</li> <li>8. Анализ чувствительности проекта</li> <li>9. Экологическая и нормативная информация</li> <li>10. Приложения</li> </ol>
<p>Стандарт ОАО «Россельхозбанк»</p>	<p>Разработка бизнес-планов по требованиям ОАО «Россельхозбанка» служит целям получения кредита в этом банке, а также для получения субсидий Министерства сельского хозяйства и</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Титульный лист</li> <li>2. Краткий обзор</li> <li>3. Инициатор проекта</li> <li>4. Сущность предлагаемой идеи</li> <li>5. Анализ ситуации в отрасли</li> <li>6. Анализ рынков сбыта продукции и закупок сырья</li> </ol>

### Окончание таблицы 1.3

	продовольствия	7.Организационный план 8.Финансовый план 9. Оценка рисков 10.Обеспечение 11.Приложения
--	----------------	--

Большинство методик экономической оценки бизнес-планов базируются на основе методики UNIDO, разработанной ещё в 70хх годах прошлого века. Так как эта методика обеспечивает сбор всей необходимой информации для осуществления прогноза движения денежных средств, и для оценки проекта.

Следует сказать и о том, что в России на данный момент нет четких стандартов по составлению бизнес-плана. Все без исключения информационные материалы и инструкции носят строго рекомендательный характер.

В отличие от зарубежной практики, где в ряде стран существуют четко прописанные и утвержденные стандарты бизнес-планирования, представлены в таблице 1.4.

Таблица 1.4 – Зарубежные стандарты бизнес-планирования.

Страна	Стандарты
Германия	DIN 69901 V-Modell
Франция	AFITEP
Индия	CEPM
Китай	C-PMBOK
США	NASA Project Management
Великобритания	BSI BS 6079, APM Body of Knowledge, OSCEng
Япония	P2M
Австралия	ANCSPM
ЮАР	South African NQF4

Вне зависимости от применяемой разработчиком методики бизнес-планирования основное содержание бизнес-плана будет являться одинаковым, за исключением того на что конкретная применяемая методика, делает больший упор. Типичный бизнес-план содержит следующие разделы, представление в таблице 1.5.

Таблица 1.5 – Разделы бизнес-плана

Название раздела	Содержание раздела
План маркетинга	Важный этап разработки бизнес-плана, позволяющий определить его основную концепцию работы, портрет целевого потребителя, каналы сбыта. Исследовать информацию л конкурентах и разработать мероприятия по продвижению продукции предприятия.
Производственный план (Торговый план)	Один из самых объемных и детальных пунктов для бизнеса по производству товаров. В данном разделе необходимо указывать основные типы оборудования, технологию изготовления, товарный ассортимент, требования к помещению, необходимый персонал, особенности хранения и доставки товаров
Финансовый план	Раздел, который наиболее важен для банков и инвесторов, предоставляющих денежные средства для осуществления разрабатываемого проекта. В финансовом плане необходимо указывать источники финансирования – собственные или привлеченные средства. Если в проекте использованы займы банка или других финансовых организаций, процент рентабельности должен быть выше процента по займу.

Рассмотрев доступные варианты методик разработки бизнес-плана, можно сделать вывод о том, что четко определенной универсальной методики его разработки не существует, а наиболее доступной является методика UNIDO. На основании этой методики, а также других рассмотренных методик, прописанных в данном разделе в бакалаврской работы, была разработана собственная методика по разработке бизнес-плана предприятия, непосредственно связанная с разработкой бизнес-плана по открытию предприятия общественного питания в г. Красноярске «Freedom».

Осуществив сравнение существующих методик разработки бизнес-планов, так же следует исследовать и проанализировать программные продукты, применяемые при разработке бизнес-плана, поскольку с помощью именно этих продуктов процесс бизнес планирования становится наиболее точным, наглядным и структурированным.

### 1.3 Программные продукты применяемые, при разработке бизнес-плана

Процесс работы над бизнес-планом, зачастую является весьма трудоёмким и долговременным, а также требует затрат множества сил разработчика, поэтому ошибки допущенные в процессе разработки проекта могут очень дорого стоить, зачастую в прямом смысле этих слов. Во избежание данных ситуаций, разработчики бизнес-планов часто пользуются различными программными продуктами для бизнес-планирования.

На основе финансовой и управленческой отчетности предприятия, строится его финансовая модель, являющаяся рабочей основой программ для бизнес-планирования. Основываясь на данной информации и проводится финансовый анализ деятельности предприятия.

Во время разработки данной модели, так же необходимо, предоставленную информацию разделить на группы:

- Анализ окружающей среды предприятия;
- Описание требуемого объема денежных вливаний;
- Характеристика процесса производства предприятия;
- Исследование текущего состояния отрасли работы предприятия;
- Принципы распределения инвестиций (денежные потоки) предприятия.

По окончании расчетов программа оформляет полученные результаты в виде сводного баланса предприятия, отчета и прибылях, и убытках и отчета и движении денежных средств. На протяжении всего процесса планирования, данные виды отчетов формируются для каждого отчетного периода. На основе предоставленной в виде отчетов информации проводится анализ деятельности предприятия с учетом реализации проекта (нововведений), или анализ вновь разрабатываемого проекта.

К наиболее распространенным программным продуктам, используемым для разработки бизнес-планов в Российской Федерации, относятся:

1. Project Expert;
2. PROPSIN;
3. Альт-Инвест;



#### 4. COMFAR.

Описание возможностей и краткая характеристика данных программных продуктов представлены в таблице 1. 6.

Таблица 1.6 – Характеристика программных продуктов, используемых в бизнес-планировании.

Название	Характеристика	Возможности
Project Expert	Автоматизированная система планирования и анализа эффективности инвестиционных бизнес-проектов.	-учитывает тенденции инфляции, соотношение курсов валют, динамику масштабов затрат на пр-во; -проводимые расчеты показателей соответствуют международным стандартам; -представление результатов, может осуществляться в виде: таблиц, графиков, диаграмм.
PROPSPIN	Информационная система предварительной оценки данных. Программа предназначена для полного финансового анализа и быстрого выявления пригодных к рассмотрению вариантов бизнес-плана	-разработка инвестиционных бизнес-планов; -изучение последствий изменения выбранных параметров; -подготовка возможных сценариев.
Альт-Инвест	Проект реализован в виде трех программных блоков: ввода данных, расчётов и выдачи результатов. В работу пакета нельзя вмешаться, что гарантирует получение надежных результатов с точки зрения их добросовестности.	-предоставление данных на одном экране; -доступ пользователя к формулам расчетов.
COMFAR	Структура состоит из блоков. При вводе данных имеется возможность задание равномерной величины амортизации и темпов инфляции. В результате появляется возможность отследить все изменения, ежегодных потоков наличности с учетом налогов и др. выплат.	- разработка проектно-балансовых ведомостей; - составление таблиц движения денежных средств; -выбор источников финансирования; -расчет потребности в оборотном капитале; - составление отчета о чистой прибыли.

Использование специализированных программных продуктов в процессе бизнес-планирования, не только сокращает временные затраты на осуществление самого процесса, но и в больше степени, исключает, вероятность допущения ошибок в расчетах. Также применение данных

программ способствует улучшению визуализации разрабатываемого проекта, и повышению результативности труда разработчика.

Рассмотрев популярные программы применяемые в процессе бизнес-планирования. Было решено применить для разработки бизнес-плана программу Project Expert, так как данная программа способствует построению финансовой модели разрабатываемого предприятия, способна определить объем требуемых инвестиций, а также способна осуществить проектный анализ разрабатываемого бизнес-плана, и осуществляет возможность внесения корректировок во время работы над проектом.

Проанализировав, сущность, понятия бизнес – плана, существующие методики разработки бизнес-планов и программные продукты, применяемые при их разработке, приступим непосредственно к разработке разделов бизнес-плана на основании обобщенной и систематизированной методики, разработанной авторским методом.

## 2. Разработка бизнес-плана методические аспекты

### 2.1 Особенности составления бизнес-плана предприятия общественного питания

Структура бизнес-планов варьируется в зависимости от сферы экономики и для различных типов предприятий торговли имеет своеобразные особенности присущие этим видам предприятий, рисунок 2.1.

С Ф Е Р Ы  Э К О Н О М  И К И	Розничная торговля	Специфические разделы бизнес-плана: -Ценообразование; -План товарооборота.	Общие разделы бизнес-плана:  Резюме Отрасль и предприятие Исследование и анализ рынка План маркетинга Организационный план Финансовый план Оценка рисков и страхование Приложения
	Оптовая торговля	-Обоснование объема продаж.	
	Общественное питание	-Ценообразование; -План производства.	
	Прочие сферы		

Рисунок 2.1 Отличительные особенности структуры бизнес-планов различных сфер экономики

Для предприятий общественного питания такими особенностями структуры бизнес-плана будут являться:

- Ценообразование;
- План производства (производственная программа).

Ценообразование в общественном питании имеет с следующий ряд особенностей. Цена блюда являясь розничной, так же имеет общие моменты в ценообразовании со сферой производства.

$$\text{Цбл} = \text{C}_{\text{СН (без НДС)}} + \text{Н} + \text{НДСоп}, \quad (2.1)$$

Где Цбл-цена блюда, руб.;  $\text{C}_{\text{СН (без НДС)}}$ - стоимость сырьевого набора блюда (без НДС); НДСоп-сумма НДС, включаемого в цену, руб.

На каждое блюдо или технологическое изделие на предприятиях общественного питания составляются калькуляционные карточки, в которых отражены процесс формирования цены на изделие, указаны сырьевой набор, состав и нормы закладки сырья в соответствии сборника рецептов или на основании технико-технологических карт предприятия.

Калькуляционные карты, для повышения точности расчетов составляются на 100 блюд. На предприятии такие карты действительны до момента смены рецептуры или незначительного изменения состава блюда [15].

Для предприятий общественного питания применяющих специальные налоговые режимы (ЕНВД, УСН) т.е. не осуществляющих уплату налога на добавленную стоимость, цена складывается из следующих элементов:

$$\text{Цбл} = \text{Ц}_{\text{СН (с НДС)}} + \text{Н}, \quad (2.2)$$

При таком виде ценообразования, расчеты осуществляются исходя из цен приобретения сырья и товаров, включающих в свою цену налог на добавленную стоимость. Затраты предприятие покрывает за счет наценки общественного питания в свою очередь в наценку общественного питания, в соответствии с отраслевой спецификой, входят следующие издержки обращения предприятия (по статьям затрат):

- Стоимость аренды и содержания зданий складских и торговых помещений, сооружений, оборудования и инвентаря;

- Амортизация основных средств (производственное и непроизводственное оборудование);
- Расходы на хранение и подработку товаров;
- Потери товаров и технологически отходы;
- Расходы по приобретению санитарной и специальной одежды, столового белья, посуды, приборов;
- Расходы на топливо, газ, электроэнергию для производственных нужд.

Специфичность наценки общественного питания в том, что она является одновременно и элементом цены, и ценой предприятия за оказания им услуг по организации питания. Функции, выполняемые наценкой общественного питания представлены на рисунке 2.2.

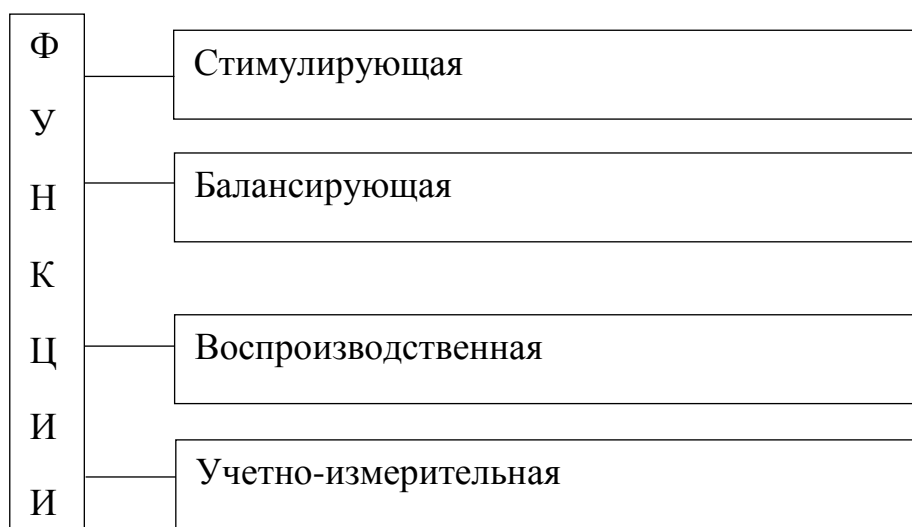


Рисунок 2.2 Функции наценки общественного питания

*Стимулирующая функция* – определяется тем, что предприятия общественного питания заинтересованы в увеличении получаемого дохода и обоснованно подходят к установлению размеров наценок, а также введению режима экономии и путях снижения цен на приобретаемое сырье и товары.

*Балансирующая функция* - позволяет наценке предприятий общественного питания выступать в роли регулятора механизма спроса и предложения.

*Воспроизводственная функция* - обеспечивает самоокупаемость и самофинансирование деятельности предприятия являясь при этом одним из основных источников его доходов и выступая в качестве источника прибыли.

*Учетно-измерительная функция* – определяется наценкой предприятия общественного питания, являющейся инструментом учета, который позволяет измерить долю дохода предприятия, в цене, реализуемой им продукции.

Ещё одним немаловажным элементом цены, является прибыль предприятия, представляющая денежное выражение его чистого дохода.

Уровень рыночных цен, при установлении уровня цен предприятия оказывает на них непосредственное влияние, ограничивая тем самым, возможность определения рентабельности продукции.

Рентабельность продукции обеспечивает предприятию выступление на рынке в качестве его полноправного участника и устанавливает желаемый размер прибыли предприятия.

$$R_{\text{прод}} = \frac{R}{100-R} * 100, \quad (2.3)$$

$$R = \frac{B-Z}{B} * 100, \quad (2.4)$$

Где  $R_{\text{прод}}$ -рентабельность продукции, %;  $R$ -рентабельность продаж, %;  $B$ -выручка, тыс. руб.;  $Z$ -затраты, тыс. руб.

Каждое предприятия помимо анализа собственных цен и показателей, должно проводить мониторинг цен на рынке, и анализ цен предприятий конкурентов, а также, выбирать такой уровень цен, который позволит реализацию большего числа продукции предприятия и максимизацию его прибыли.

Частью производственного плана для предприятий общественного питания является производственная программа.

Производственная программа представляет собой экономически обоснованный план выпуска всех видов продукции предприятия в их планируемом объеме и ассортименте [15].

Производственную программу предприятия общественного питания планируют руководствуясь следующей схемой, представленной на рисунке 2.3



Рисунок 2.3 Схема формирования производственной программы предприятия общественного питания

При составлении производственной программы предприятия используются следующие данные:

- Производственная мощность предприятия;
- Информация о действии, вводе или закрытии филиалов предприятия;
- Возможность применения прогрессивных форм обслуживания;
- Возможность внедрения новых технологий в процесс производства.

Производственная мощность предприятия (цеха) зависит от кол-ва единиц оборудования и их мощности, площади производственного помещения, емкости посуды, ассортимента выпускаемой продукции, численности работников предприятия. Измеряется она максимальным кол-вом блюд, выпущенных предприятием в единицу времени и рассчитывается производственная мощность (М) по данной формуле.

$$M = \frac{(V_p - \Pi) \times O_k}{(v_b + n) \times O_b} \times K_{\text{зап}}, \quad (2.5)$$

Где  $V_p$ - продолжительность работы цеха, мин.;  $\Pi$ -потери из-за простоев;  $v_b$ -средняя продолжительность одной варки, мин.;  $n$ - время подготовительно-заключительных работ;  $O_k$ -объем котлов, л.;  $O_b$ -объем одного блюда, л.;  $K_{\text{зап}}$  - коэффициент заполнения котлов.

По первым, вторым блюдам, а также закускам производственная мощность определяется отдельно. Основная часть продукции предприятий общественного питания реализуется в торговом зале, поэтому с показателем производственной мощности, тесно связан такой показатель, как пропускная способность, который рассчитывается по данной формуле.

$$PC = \frac{V}{v_n} \times \chi_m, \quad (2.6)$$



Где ПС-пропускная способность торгового зала, чел.; В-время работы торгового зала, мин.;Вн-время обслуживания одного потребителя по нормам, мин.; Чм-число мест, ед.

Во время анализа интенсивности использования торгового зала предприятия, также рассчитывают фактическую и расчетную оборачиваемость.

Расчетная оборачиваемость определяется по следующей формуле.

$$O_p = \frac{B}{B_n}, \quad (2.7)$$

Фактическая оборачиваемость рассчитывается по формуле.

$$O_f = \frac{Ч_{ср}}{Ч_m}, \quad (2.8)$$

Где Чср-средняя численность потребителей, чел.

От числа фактических потребителей предприятия, зависит коэффициент использования пропускной способности, а перед предприятием стоит задача максимизации числа данных потребителей, за счет полного удовлетворения их спроса на продукцию предприятия, высокого качества блюд, оказания разнообразных услуг по организации питания и приемлемых цен.

Рассмотрев особенности составления бизнес-плана предприятия общественного питания, следует приступить непосредственно к разработке и описанию методике разработки данного предприятия

## 2.2 Последовательность разработки бизнес-плана предприятия общественного питания

Для разрабатываемого предприятия общественного питания, сформирована авторская методика разработки бизнес-плана, основанная на следующих данных, рисунок 2.4.

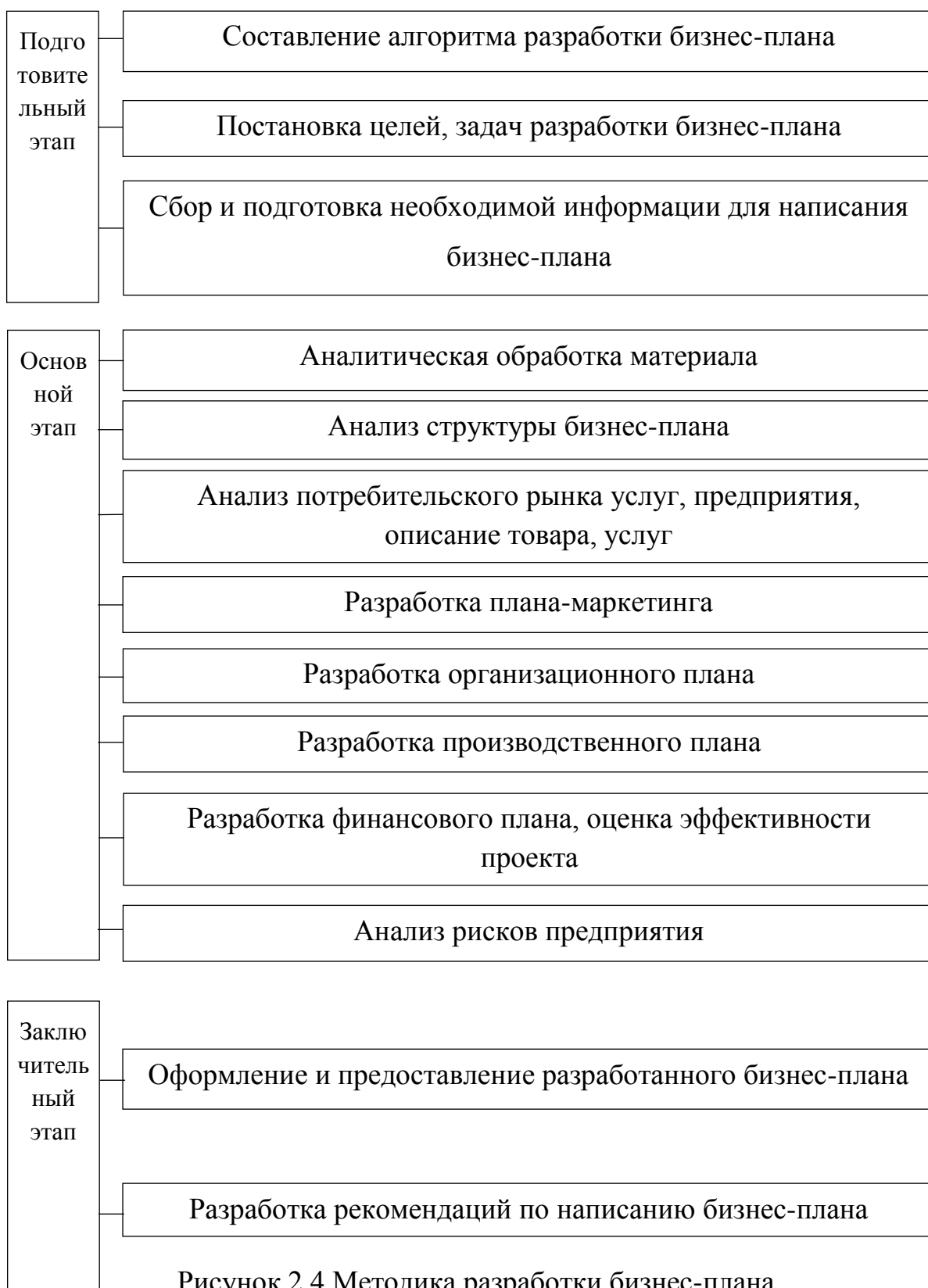


Рисунок 2.4 Методика разработки бизнес-плана

Целью разработки бизнес-плана является: Открытие предприятия общественного питания, ориентированного на потребности людей, страдающих пищевыми аллергиями, ведущих здоровый образ жизни (ЗОЖ), добровольно отказавшихся от употребления в пищу некоторых пищевых продуктов.

В связи с поставленной целью сформированы следующие задачи:

- Описать бизнес-идею предприятия;
- Разработать план маркетинга;
- Составить производственный план предприятия;
- Разработать организационный план;
- Сформировать финансовый план;
- Оценить риски предприятия и пути страхования от них.

Информационной базой исследования являлись, нормативные документы, научные труды отечественных и зарубежных ученых, электронные ресурсы.

В процессе разработки бизнес-плана открываемого предприятия общественного питания, в классическую методику были внесены следующие дополнения:

- Разработаны таблицы соотношения ингредиентов в процессе производства продукции, калькуляционные и технико-технологические карты предприятия (см. производственный план);
- Произведен расчет ценообразования на предприятии (см. план маркетинга);
- В рамках разработки финансового плана, произведено исследование предполагаемых источников расходов разрабатываемого предприятия.

Далее для более наглядной демонстрации описанных в главах первой и второй работы, действий, предлагается перейти к третьей главе работы в которой описана апробация разработанной методики на примере конкретного бизнес-плана предприятия общественного питания ООО «Freedom»

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении проведенного исследования, можно сделать следующие выводы.

Бизнес план — это программный документ, дающий развернутое обоснование проекта и возможность всесторонне оценить эффективность принимаемых решений, планируемых мероприятий, совокупность экономических показателей, описание действий, направленных на реализацию поставленной цели деятельности предприятия, П.И. Орлова [16, с. 111].

В процессе разработки данного проекта были достигнуты следующие цели: основываясь на классической методике разработки бизнес-планов, учитывая специфические особенности бизнес-планирования, для сферы общественного питания, разработана авторская методика бизнес-планирования предприятий общественного питания, основывающего свою деятельность на гипоаллергенных и диетических ингредиентах. И решены такие задачи как:

- Описание бизнес-идеи;
- Разработка планов: маркетинга, производственного, организационного и финансового;
- Проведение оценки эффективности деятельности разработанного предприятия, оценка рисков его деятельности и описание механизмов страхования от них.

Результатам проведенного исследования является разработанный бизнес-план предприятия общественного питания, со следующими основными организационными моментами:

- Организационно правовая форма ООО
- Система налогообложения УСН (доход-расход)
- Линейно-функциональная организационная структура

Показателями, эффективности характеризующими деятельность предприятия, являются Точка безубыточности равная для предприятия сумме продаж на 500 тыс. руб., чтобы получить нулевую прибыль. Все продажи

свыше 500 тыс. руб. будут приносить прибыль, также у предприятия есть запас финансовой прочности в 8014,45 тыс. руб. Срок окупаемости предприятия равен двум годам, а его рентабельность согласно разработанному плановому бюджету предприятия на первый месяц функционирования составит 0,13%.

В ходе проведенного исследования, разработаны совершенно новые методика и концепция работы предприятия общественного питания, базы рецептуры и производственного процесса, а также доказано что, для успешной работы предприятия необходима слаженная и структурированная работа всех компонентов бизнес-плана, без исключения, только с помощью взаимодополнения и интеграции разделов достигается успешность и результативность функционирования разрабатываемой модели бизнес-плана.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // Справочная система «КонсультантПлюс». – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30.12.2001. № 197-ФЗ. – Москва : ОТиСС, 2016.-242 с.
3. Налоговой кодекс Российской Федерации : в 2 ч. : текст с изменениями и дополнениями на 1 июня 2015 года. – Москва : Эксмо, 2015. – 958 с.
4. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс] : федер. Закон от 08.02.1998 №14-ФЗ ред. от 06.12.2011 // Справочная система «КонсультантПлюс». – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.
5. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 9/99 «Доходы организации» : утв. Приказом М-ва Финансов Рос. Федерации от 31.05.1999 N 1791 // Справочная система «КонсультантПлюс». – Режим доступа : <http://www.consultant.ru>.
6. ГОСТ 30389-2013. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.2016. – Москва : Стандартиформ, 2015. – 13с. – Режим доступа : <https://mooml.com/d/gosty/30136/>
7. ГОСТ 30390-2013. Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия. [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.2016. – Москва : Стандартиформ, 2015. – 11 с. – Режим доступа : <https://mooml.com/d/gosty/32955/>
8. ГОСТ 30524-2013. Услуги общественного питания. Требования к персонал [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.2016. – Москва :

Стандартинформ, 2016. – 11 с. – Режим доступа : <https://mooml.com/d/gosty/33217/>

9. ГОСТ 31984-2012. Услуги общественного питания. Общие требования. [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.2015. – Москва : Стандартинформ, 2016. – 7 с. – Режим доступа : <http://www.internet-law.ru/gosts/gost/54759>

10. ГОСТ 31985-2013. Услуги общественного питания. Термины и определения. [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.2015. – Москва : Стандартинформ, 2014. – 15 с. – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200103471>

11. ГОСТ 31987-2012. Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию. [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.2015. – Москва : Стандартинформ, 2014. – 7 с. – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200103473>

12. ГОСТ 32691-2014. Услуги общественного питания. Порядок разработки фирменных и новых блюд и изделий на предприятиях общественного питания. [Электронный ресурс]. – Введ. 01.01.2016. – Москва : Стандартинформ, 2015. – 9 с. – Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/1200111505>

13. ГОСТ Р 55323-2012. Услуги общественного питания. Идентификация продукции общественного питания. Общие положения [Электронный ресурс]. – Введ. 29.10.2012. – Москва : Стандартинформ, 2014. – 5 с. – Режим доступа : <http://files.stroyinf.ru/Index/54/54247.htm>

14. ГОСТ Р 56766-2015. Услуги общественного питания. Продукция общественного питания. Требования к изготовлению и реализации [Электронный ресурс]. – Введ. 01.07.2016. – Москва : Стандартинформ, 2016. – 5 с. – Режим доступа : [http://allgosts.ru/03/080/gost\\_r\\_56766-2015](http://allgosts.ru/03/080/gost_r_56766-2015)

15. Батраева Э. А. Экономика предприятия общественного питания : учеб. пособие / Э.А. Батраева ; Красноярск. Гос. торг. – экон. ин-т. – Красноярск, 2009. – 592 с.
16. Орлова П. И. Бизнес-планирование: учебник для бакалавров / под ред. М.И. Глухой. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 288 с.
17. Озерова В. С. Стевия. Медовая трава против диабета. / В. С. Озерова; Москва : и Весь, 2005. — 96 с.
18. Ожегов С. И. Словарь русского языка. С. И. Ожегов /— 8-е изд., стереотип. — Москва: Советская энциклопедия, 1970. — 900 с.
19. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли: учебник / под ред. А. Н. Соломатина. – Санкт-Петербург : Питер, 2009. - 560 с.
20. Бизнес-порта фабрика манизейкеров. [Электронный ресурс] : Портал о малом бизнесе в Российской Федерации. Режим доступа <http://moneymakerfactory.ru/>
21. Блог: Ирина Бэйкер, MS, PhD(c), BBA, CCL – CertifiedNutritionalConsultantonFitness&Wellness /Консультант-нутрициолог по Фитнесу и Здоровью.
22. Заболеваемость населения социально-значимыми болезнями. Данные Минздрава России, расчет Росстата. [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>
23. Управление Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия, Республике Тыва. [Электронный ресурс] : Режим доступа <http://krasstat.gsk.ru>
24. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] : Режим доступа <http://www.gsk.ru>
25. Ценомер – Цены на продукты в России .[Электронный ресурс] : Информация о ценах в РФ. Режим доступа <http://tsenomer.ru/produkti>







Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Торгово-экономический институт

Кафедра экономики и планирования

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
Ю.Л. Александров  
(подпись) (инициалы, фамилия)  
« 15 » 06 2017 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.01. «Экономика» профиль 38.03.01.10.09 «Экономика предприятий и  
организаций (в сфере услуг)»

кол. направление и профиль подготовки

Разработка бизнес-плана предприятия общественного питания в  
современных условиях

тема

Научный руководитель 01.06.17 доцент, канд. экон. наук И. В. Петрученя  
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник 01.06.17 ЭП-13-1 А. С. Буйневич  
подпись, дата группа инициалы, фамилия

Красноярск 2017