Ресторан будет предлагать своим посетителям широкий ассортимент блюд кухни в виде шведского стола. В заведении будет находиться бар, в котором представлен выбор напитков, алкогольных и безалкогольных коктейлей.

Ассортимент продукции:

* Салаты и холодные закуски
* Супы
* Вторые горячие блюда и горячие закуски
* Десерты, мороженное
* Алкогольные и безалкогольные напитки

**Маркетинговый анализ**.

Для обеспечения прибыльности планируемого проекта необходимо применить маркетинговые технологии.

При этом следует разделять методы стимулирования различных категорий потребителей - постоянных и спонтанных.

Со второй группой - случайными клиентами работать проще. Для них из всех рекламно-маркетинговых средств целесообразно использовать средства наружной рекламы. Обычно это достигается за счет штендера перед входом (или его аналога - щита на стене, промоутера, раздающего листочки с приглашением посетить ресторан и т.п.).

Для постоянных клиентов продвижение услуги для ресторана будет немного сложнее.

Сначала нужно сделать хороший бизнес-ланч, который включает в себя следующие составляющие:

- цена - та, которую могут заплатить работающие рядом с рестораном,

- разнообразие меню в течение дня и каждый день,

- качество и скорость обслуживания.

Привлечение потенциальных постоянных клиентов и их удержание сводится к следующему.

При введении услуги бизнес-ланча в виде шведского стола необходимо пройти по близ расположенным офисам. Потенциальных посетителей нужно проинформировать и пригласить клиентов в ресторан, так как большинство из них скорее всего не обратит внимания на появление данной услуги без личного приглашения. Для подкрепления устного приглашения нужно распространить рекламные материалы, содержащие информацию о цене, ассортименте, частоте обновления (меню на неделю), возможность скидок. Для первого посещения такой рекламный листок может являться скидочным талоном.

Те же самые рекламные материалы можно разместить и внутри заведения на столиках таким образом, чтоб их можно было взять с собой и передать своим коллегам.

Целесообразно делать скидки на коллективные посещения, поскольку обслуживание группы клиентов одновременно легче и выгоднее для ресторана, чем-то же количество посетителей, «растянутое» в течении дня.

Поскольку в ресторанах, расположенных в зоне деловой застройки, люди часто еще и завтракают можно попробовать соединить эти услуги в единый пакет. Например, сделать совместную скидку при пользовании обеими услугами.

Необходимо примечать и поощрять своих самых постоянных клиентов, предоставив скидку или небольшой презент за счет заведения (например, бесплатное блюдо или сувенир с фирменным логотипом, бесплатный обед в день рождения).

Также целесообразно разместить рекламные объявления в региональных газетах и местных каналах телевидения. Это хороший повод привлечь внимание к ресторану, а также напомнить о себе.

С целью получения откликов об услуге для ее совершенствования, привлечения более широкого круга потребителей и удержания постоянных необходимо периодически проводить опрос посетителей.

**Производственный план.**

Производственные помещения включают в себя:

* заготовочные участки (мясорыбный и овощной цех)
* доготовочные участки (холодный и горячий)
* зона для мойки кухонной и столовой посуды.
* административно-бытовые помещения

Производственные участки (цеха) располагаются согласно последовательности этапов приготовления блюд, что полностью исключает:

* пересечение потоков сырья и готовых блюд,
* грязной и чистой посуды,
* пути движения работников и посетителей.

**Финансовый план.**

В таблице приложение А представлен прогноз продаж бизнес-ланчей в ресторанного комплекса «Rimar» по каждому месяцу года на основании конфигурации графика «Жизненный цикл товара»; рассчитываются переменные расходы на производство товара в рамках каждого месяца планируемого года; определяются затраты каждой составляющей постоянных расходов по каждому месяцу; устанавливается процент налога на добавленную стоимость соответствующий рассматриваемому организационно-правовому статусу фирмы и виду товара; устанавливается процент налога на прибыль;

Определяются: доходы от продаж; валовая прибыль; сумма постоянных расходов; величина налога на добавленную стоимость; величина налога на прибыль; чистая прибыль.

Необходимо также разработать «План поступлений и выплат», который позволяет планировать денежную наличность. Он разрабатывается на основе «Плана доходов и расходов» (Приложение Б)

Переменные расходы на производство товара в рамках каждого месяца планируемого года рассчитаны по средним ценам поставщиков.

Затраты каждой составляющей постоянных расходов по каждому месяцу также установлены на одном уровне без изменений в течение года.

Процент налога на добавленную стоимость составляет 18%, процент налога на прибыль - 24%.

Ресторан «Rimar» финансирует проект совместно из собственных и заемных источников, величина получения ссуд в коммерческих банках составляет 37 500 рублей.

Чистая прибыль определена путем вычета суммы затрат и обязательных выплат из суммы выручки (доходов от продаж) и составит за полный финансовый год 661 496 рублей. Данная сумма может расходоваться на: обновление оборудования, единовременные выплаты работникам по итогам работы, на оплату повышения квалификации работников, на оплату лечения и санаторно-курортного обслуживания работников.

**Риски, связанные с проектом.**

В ходе принятия решений возникает множество проблем и связанных с ними потерь различных средств.

В связи с этим различают следующие виды рисков:

Инфляционный (изменение курсов валют, налогового законодательства и т.п.).

Операционный (неблагоприятные изменения среды, которая влияет на различные операции, проводимые предприятием).

Финансовый (сокращение доходов, увеличение затрат, уменьшение фондов, увеличение задолженности).

Финансовые потери являются наиболее реально ощутимыми.

Оценки показателей риска: 1-минимальная, 2-небольшая, 3-средняя, 4-довольно большая, 5-большая. (Приложение В)

Практически все перечисленные виды риска требуют осуществления мероприятий, способствующих их предупреждению или предотвращению.

Ресторан «Rimar» может разработать «Программу управления рисками»:

Определение рисков, которые могут вызвать потери.

Оценка того, насколько серьезными могут быть эти потери.

Выбор оптимального способа обращения с каждым отдельно взятым риском. Оптимальная комбинация методов управления рисками:

Полное избежание риска.

Уменьшение риска через самострахование

Предупреждение наступления потерь, уменьшение вероятности их появления или степени серьезности.

Переложение риска на других путем страхования.

**Эффективность проекта.** Чтобы оценить эффективность проекта были рассчитаны показатели:

* чистый дисконтированный доход (NPV) = 76536 > 0 - то бизнес - проект выгоден;
* внутренняя норма доходности (IRR) = 82 %.

Приложение А

План доходов и расходов по месяцам в рамках года (руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п. | Показатели |  |  | Месяцы года (с 01.07.14 по 01.07.15) |  |  |  |  | Примечание |  | | | | |
|  |  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Всего: |
| 1 | Количество продаж | 2 000 | 2 500 | 2 700 | 2 600 | 2 500 | 2 000 | 1 700 | 1 500 | 1 400 | 1 600 | 1 700 | 2 000 | 24 200 |
| 2 | Цена ед.тов. | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 | 1 |
| 3 | Доходы от продаж | 300 000 | 375 000 | 405 000 | 390 000 | 375 000 | 300 000 | 255 000 | 225 000 | 210 000 | 240 000 | 255 000 | 300 000 | 3 630 000 |
| 4 | Перемен. Расходы | 190 000 | 237 500 | 256 500 | 247 000 | 237 500 | 190 000 | 161 500 | 142 500 | 133 000 | 152 000 | 161 500 | 190 000 | 30 |
| 5 | Валовая прибыль | 110 000 | 137 500 | 148 500 | 143 000 | 137 500 | 110 000 | 93 500 | 82 500 | 77 000 | 88 000 | 93 500 | 110 000 | 1 331 000 |
| 6 | Постоян. расходы пр. | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 55 792 | 669 504 |
|  | В том числе: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Амортизация | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 1 458 | 17 500 |
| 8 | Заработная плата | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 633 600 |
| 9 | Прочие расходы | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 18 400 |
| 10 | Единый соц. налог | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |  |
| 11 | НДС | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |  |
| 12 | Налог на прибыль | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |  |
|  |  | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| 13 | Единый налог (от ВП) |  |  | 23 760 |  |  | 23 430 |  |  | 15 180 |  |  | 17 490 | 6,00 |
| 14 | Единый соц.налог |  |  | 3 612 |  |  | 3 612 |  |  | 3 612 |  |  | 3 612 | 22,80 |
| 15 | Налог на доб. стоим. |  |  | 65182 |  |  | 64276 |  |  | 41644 |  |  | 47981 | 16,46 |
| 16 | Стоимость патента | - |  | - |  |  | - |  |  | - |  |  | - | 10 000 |
|  |  |  |  | 92 553 |  |  | 91 318 |  |  | 60 435 |  |  | 69 082 | 313 389 |
| 17 | Чистая прибыль | 54 208 | 81 708 | 92 708 | 87 208 | 81 708 | 54 208 | 37 708 | 26 708 | 21 208 | 32 208 | 37 708 | 54 208 | 661 496 |

Приложение Б

План поступлений и выплат на первый год по месяцам в рамках года (руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | | | | | | | | | |
| Показатели |  |  | Месяцы года (с 01.07.14 по 01.07.15) |  |  | Прим  ечание |  | | | | | | |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | Всего: | Среднее: | |
| Поступления денеж. | 330 000 | 375 000 | 405 000 | 390 000 | 375 000 | 300 000 | 255 000 | 225 000 | 210 000 | 240 000 | 255 000 | 300  000 | 3 660 000 | 305 000 | |
| Расходы денежные | 247 844 | 292 820 | 404 011 | 301 958 | 292 458 | 336 376 | 216 458 | 197 458 | 260 394 | 206 958 | 216 458 | 344  666 | 3 317 861 | 276 488 | |
| В том числе: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Кр: | 30 000 | 12,0 | |
| Перемен. расходы | 190 000 | 237 500 | 256 500 | 247 000 | 237 500 | 190 000 | 161 500 | 142 500 | 133 000 | 152 000 | 161 500 | 190  000 | %за год: | 25,0 | |
| Стоимость оборуд. | 3 180 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 3 180 | 265 | |
| Стоимость инвент. | 331 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 331 | 28 | |
| Прочие расходы | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 1 533 | 18 400 | 1 533 | |
| Заработная плата | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 52 800 | 633 600 | 52 800 | |
| Единый соц. налог | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| Налог на доб.стоим. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| Налог на прибыль | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| Единый налог (от ВП) |  |  | 23 760 |  |  | 23 430 |  |  | 15 180 |  |  | 17 490 | 79 860 | 6 655 | |
| Единый соц.налог |  |  | 3 612 |  |  | 3 612 |  |  | 3 612 |  |  | 3 612 | 14 446 | 1 204 | |
| Налог на доб. стоим. |  |  | 65 182 |  |  | 64 276 |  |  | 41 644 |  |  | 47 981 | 219 083 | 18 257 | |
| Выплота долгов |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | - |  | |
| Плата за риск |  | 362 |  |  |  | 100 |  |  | 12 000 |  |  |  | 12 462 |  | |
| Выплата по кредиту | - | 625 | 625 | 625 | 625 | 625 | 625 | 625 | 625 | 625 | 625 | 31 250 | 37 500 | 37 500 | |
| Прирост денеж.нал. | 82 156 | 82 180 | 989 | 88 042 | 82 542 | -36 376 | 38 542 | 27 542 | -50 394 | 33 042 | 38 542 | -44 666 | 342 139 | 28 512 | |
| Остаток на нач.мес. | 1 000 | 83 156 | 165 335 | 166 324 | 254 366 | 336 907 | 300 531 | 339 073 | 366 615 | 316 221 | 349 263 | 387 804 | 1 000 | СД или ОК | |
| Остапок на кон.м | 83 156 | 165 335 | 166 324 | 254 366 | 336 907 | 300 531 | 339 073 | 366 615 | 316 221 | 349 263 | 387 804 | 343 139 | 3 408 734 | 284 061 | |

Приложение В

Виды риска, их весомость и вероятность наступления

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Сложные риски и их простые составляющие | Весомость риска | Вероятность наступления | Обобщенная оценка |
| 1 | Неблагоприятное изменение (повышение) закупочной цены товара в процессе осуществления предпринимательского решения и не блокированное условиями договора о закупке | 4 | 5 | 9 |
| 2 | Непредвиденное снижение объема закупки в сравнении с намеченным | 4 | 3 | 7 |
| 3 | Потери товара в процессе обращения или потери качества, потребительской ценности товара, приводящие к снижению его стоимости | 4 | 3 | 7 |
| 4 | Увеличение издержек обращения по сравнению с намеченными | 4 | 3 | 7 |
| 5 | Снижение цены, по которой реализуется товар, по сравнению с проектной | 4 | 2 | 6 |
| 6 | Снижение объема реализации, обусловленное непредсказуемым падением спроса или потребности в товаре, вытеснением его конкурирующими товарами, ограничениями на продажу | 4 | 3 | 7 |
| 7 | Колебания рыночной конъюнктуры, цен, валютных курсов | 3 | 3 | 6 |
| 8 | Политический риск, риск неблагоприятных изменений в стране или регионе | 2 | 2 | 4 |
| 9 | Стихийные бедствия | 2 | 2 | 4 |
| 10 | Воровство, рэкет | 3 | 3 | 6 |
| 11 | Недобросовестность или несостоятельность компаньонов | 3 | 2 | 5 |