

# Бізнес-план



ЗАТ «Софія»

# Зміст



Вступ

1. Резюме
2. Характеристика продукції
3. Дослідження ринку
4. Маркетинг-план
5. Виробничий план
6. Організаційний план
7. Оцінка ризику
8. Фінансовий план

Висновок

# Вступ



- Бізнес-план ЗАТ «Софія» складається з 8 розділів та висвітлений на 26 сторінках.
- Проаналізовано діяльність підприємства, складено його організаційну структуру, показано основні засоби ЗАТ «Софія», витрати та поставка сировини, досліджено ступінь ризику підприємства тощо.

# Резюме



- Метою представленого бізнес-плану є найкраще представлення ЗАТ «Софія» можливим інвесторам для залучення капіталу в розмірах, достатніх для нормального продовження фінансово-господарської діяльності, заснованої на прогресивній виробничо-комерційній ідеї на основі маркетингових досліджень.
- Ресторан «Софія» відноситься до підприємств громадського харчування високої категорії, відрізняється найбільш високим асортименту продукції, яку виробляє та реалізує, а також високим класом архітектурно-художнього оформлення приміщень та сучасним технологічним оснащенням.



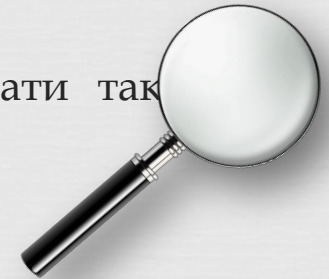
# Характеристика продукції



- Продукція та послуги, які пропонуються споживачам, певною мірою є класичними і відповідають кращим традиціям європейського громадського харчування.
- Меню ресторану пропонує 35 - 40 страв власного виробництва та різноманітні покупні товари (близько 100 найменувань), серед яких переважають м'ясні та рибні вироби, фруктові десерти, морозиво, пиво, алкогольні та безалкогольні напої, тютюнові вироби.
- Меню складається як зі страв європейської кухні, так і зі страв національної кухні. Фірмові страви ресторану складають 23% товарообігу.
- Це підвищує імідж ресторану завдяки відмінним особливостям його продукції.
- Одноденний перелік продукції до пропозиції в ресторані налічує близько 50 страв.



# Дослідження ринку



- Ринок споживачів ресторану та бару можна охарактеризувати так чином:
  - за віком: від 18 років і старші;
  - за рівнем доходів: від 400 грн. на місяць і вище;
  - за фахом: бізнесмени, студенти, службовці;
  - за потребами: послуги громадського харчування; зацікавленість в організації якісного відпочинку.
- До основних факторів, що впливають на роботу ресторану, належить його місце розташування в центрі міста та наявність під'їзних шляхів і стоянки автомобілів, що охороняється.
- У районі функціонування ресторану та бару розташовано 11 адміністративних будівель, де, крім державних закладів, орендують приміщення під офіси близько 100 фірм.
- На невеликій відстані знаходяться навчальні заклади, де навчається близько 6000 студентів, а студенти, що орендують квартири, проживають у найближчих до ресторану районах.

# Маркетинг-план



- Найближчим часом діяльність ЗАТ «Софія» має бути спрямована на те, щоб охопити якомога більшу кількість споживачів потенційного ринку, та на завоювання популярності серед клієнтів.
- Виходячи з цього, дирекція ресторану доручила маркетинговій фірмі «Прогрес» спланувати програму маркетингової діяльності щодо стимулювання попиту.
- Основні етапи програми: детальне дослідження ринку, планування товарної, цінової, комунікаційної політики, і як наслідок, створення і максимальне задоволення створеного попиту на продукцію ресторану.
- Рекламна кампанія передбачає такі заходи:
  - встановлення рекламних щитів у районі діяльності ресторану;
  - оголошення на місцевому телебаченні;
  - рекламні статті в щотижневій газеті «Наше місто».

**«Софія»**



# Виробничий план



- Потужність виробничого обладнання цехів ресторану та бару використовується лише на 39,9 %. Тобто існують значні резерви для підвищення обсягу виробництва продукції.
- Зараз забезпечення високої якості продукції власного виробництва ресторану та бару вимагає, враховуючи ступінь завантаження деяких видів обладнання використовувати обладнання меншої потужності.
- Необхідно встановити додаткове обладнання, а саме:
  - кухонного комбайна багатофункціонального;
  - СВЧ-печі;
  - фритюрниці.
- Щодо постачання продуктів, то ЗАТ «Софія» має постійних постачальників: оптова база «Вопак», ПП «КОС», оптова база «Ходак» та ЗАТ «Новомол», від яких напряму залежить зростання обсягів виробництва власної продукції та ефективність роботи ресторану і бару.



# Організаційний план



- Управління побудоване за функціональною ознакою – кожен виконавець має своє завдання-функцію, яку він повинен якісно і своєчасно виконувати, за що отримує відповідну винагороду.
- Директор ЗАТ «Софія» Драган М. Є. є відповідальним за організацію та результати всієї торгово-виробничої діяльності підприємства та особисто відповідає за підбір і розміщення кадрів.
- Завідуюча виробництвом ЗАТ «Софія» Войнович Г. В. відповідає за виконання планових завдань по виробництву. Вона повинна забезпечити раціональне використання сировини та організувати кулінарну обробку продуктів з дотриманням правил технології приготування їжі, досягнути випуск продукції високої якості.
- Адміністрація здійснює керівництво діяльністю колективу у відповідності зі своїми правами та зобов'язаннями. Також вона діє від імені акціонерів та представляє їх інтереси, відповідає за прийняті рішення.



# Оцінка ризику



- Даний проект має малий ступінь ризику. Так, статистика діяльності приватних ресторанів міста не має прикладів банкрутства. Навпаки, ця сфера вкладення капіталу вважається прибутковою та привабливою.
- До окремих видів ризику цього проекту відносяться:
  - невиконання обов'язків постачальниками. Але за умов конкуренції в місті є великий вибір щодо укладення договорів на постачання сировини;
  - зміна цін на сировину та паливно-енергетичні ресурси. Зміна цін викличе їх підвищення на продукцію ресторану, але, враховуючи специфіку контингенту споживачів, це не повинно значно відбитися на зниженні рентабельності підприємства та прибутковості вкладів у розвиток ресторану.
  - вплив конкуренції. Аналіз конкурентоспроможності ресторану та бару дає змогу сподіватися, що найближчим часом жоден із закладів району не може скласти серйозної конкуренції ЗАТ «Софія».



# Фінансовий план



- Фінансова стратегія ЗАТ «Софія» полягає в підвищенні доходності його акцій.
- В основу проектування грошових потоків закладено принципи кругообігу капіталу на підприємстві, а саме: джерелом надходження коштів на підприємстві можуть бути: виручка від реалізації продукції та позареалізаційної діяльності; кошти отримані від продажу акцій; кредити та позички.
- Протягом цього періоду основними напрямками витрат коштів на підприємстві є відшкодування собівартості товарообігу, фінансування потоків грошових витрат, обов'язкова сплата податків та фінансування інших запланованих програм.
- Наприкінці кожного періоду визначається потік вільних коштів, і, якщо фінансова стратегія підприємства спрямована на підтримання високої ринкової вартості своїх цінних паперів (акцій) та збільшення їхньої прибутковості, вся сума (або її частина) – за рішенням зборів правління ЗАТ «Софія» - може бути виплачена акціонерам у вигляді дивідендів.

# Висновок



- Отже, було складено і розраховано бізнес-план ресторану «Софія».
- Завдяки проведенню даних розрахунків вдалося практично закріпити теоретичні навички, набуті з дисципліни «Бізнес планування».
- Як показує досвід, вдале планування дозволяє вдало розвиватися, економити витрати та уникати багатьох проблем, зокрема дублювання, неустойок, затримок виробництва тощо.
- Створення даного бізнес-плану відбувалось з метою проілюструвати потенційному інвестору життєздатність, прибутковість і перспективність даного проекту.
- Переглянувши дану роботу, інвестор зможе зорієнтуватися в специфіці діяльності на даному ринку, побачить переваги перед іншими галузями економіки, усвідомить доцільність інвестицій саме в ресторан «Софія».
- Аналізуючи проведену роботу, можна сказати, що ресторан «Софія» має реальні шанси отримати бажані інвестиції для втілення проектів з вдосконалення своєї діяльності.

Дякую за увагу!



Лемешов Влад