

Содержание

Введение.....	3
Резюме.....	6
Глава I. Маркетинговый план.....	7
Глава II. Маркетинговая стратегия.....	9
Глава III. Организация производства.....	13
Глава IV. Финансовый план.....	17
Глава V. Оценка рисков.....	22
Заключение.....	26
Список литературы.....	27
Приложение.....	29

Введение

Для создания фирмы, компании, предприятия по производству товаров или услуг прежде всего важно обосновать реальность и жизнеспособность замыслов организаторов проекта, иметь четкое представление о целях и задачах, которые они хотят достичь, организовав новую фирму. Важно знать, что вновь организуемое дело принесет доход и окупит все понесенные на его организацию затраты. Иначе нет смысла заниматься его организацией.

Кроме того, любой предприниматель, на начальном этапе создания предприятия, сталкивается с проблемой финансирования своего проекта.

Для того чтобы решить все эти проблемы необходимо иметь экономическое обоснование оправданности замысла, в котором представлены все необходимые расчеты по рентабельности и прибыльности выбранной деятельности. Это обоснование должно давать уверенность в том, что деньги не будут вложены зря. Кроме того, данное обоснование должно убедить кредиторов, подрядчиков и других лиц, участвующих в организации производства в прибыльности деятельности.

Таким документом и является бизнес-план.

В бизнес-плане необходимо подробно описать создаваемое предприятие и виды продукции или услуг, которые оно будет представлять или выпускать.

Далее в бизнес-плане излагается сам инвестиционный замысел. Он включает в себя описание организации производства. Определяется производственная стратегия. Излагаются возможные источники инвестиций (кредиторы) то куда эти инвестиции будут направлены.

В бизнес-плане необходимо провести анализ рынка, который включает в себя сегментацию рынка, анализ конкурентов, цен и ценообразование. На основе этого прогнозируются объемы производства (услуг) и определяются возможности продвижения товара на рынке.

В бизнес-плане необходимо оценить и такие важные стороны создания предприятия, как возможность приобретения необходимого оборудования и технические стороны проекта. При этом проводится их финансовая оценка.

В соответствии с инвестиционным замыслом организаторы должны знать точные сроки всех мероприятий, которые будут осуществляться при организации производства и его функционирования. Создается график наступления определенных периодов деятельности в соответствии с запланированными мероприятиями.

В бизнес-плане представляются все необходимые расчеты, которые доказывают, что данный вид деятельности для предприятия является рентабельным. Рассчитываются все издержки производства, рассчитывается себестоимость продукции (услуг), приводится расчет ожидаемой прибыли и рентабельности. Все расчеты проводятся исходя из конкретных данных для этого предприятия.

Кроме расчетов в бизнес-плане должен присутствовать финансовый план предприятия, который отражает движение денег на предприятии в рассматриваемый период.

Расчеты рентабельности и прибыльности, а так же финансовый план необходимы для того, что бы было возможно доказать инвесторам и другим заинтересованным лицам, что все кредиты, которые предприятие берет, будут возвращены.

Как правило, в бизнес-плане приводится маркетинг план. В маркетинг-плане обосновываются все действия предприятия по закреплению на рынке товаров (услуг), планы по освоению новых рынков и о политике цен на предоставляемые товары (услуги) в ближайшие периоды.

Учитывая все сказанное выше, можно сказать, что бизнес – план является основным документом, который способен доказать и кредиторам и организаторам предприятия, что выбранный вид деятельности будет приносить прибыль и окупит все понесенные на его создание затраты.

Резюме

Цель проекта

Целью проекта является создание тематического детского кафе «Радуга» в г. Алатырь по улице Ленина 43 для обслуживания жителей города.

Деятельность создаваемого предприятия направлена на оказание услуг в сфере общественного питания для людей со средним уровнем дохода.

Описание предприятия

Выбранное местоположение и тематика кафе определяются повышенным спросом со стороны потенциальных потребителей и отсутствием прямых конкурентов.

Для финансирования проекта планируется взять льготный кредит в сумме 550 тыс. рублей сроком на 1 год под 26 % годовых в банке развития.

Для организации производства требуется: приобрести технологическое оборудование, мебель; произвести небольшой ремонт помещения, направленный на улучшение интерьера.

Помещение планируется взять на правах долгосрочной аренды. Основные требования к персоналу - наличие необходимой профессиональной квалификации.

Общее количество создаваемых рабочих мест - 7 человек. Владелец, по совместительству директор, является частным предпринимателем. Организационная структура управления – линейная.

Показатели эффективности проекта

Проект рассчитан сроком на 1 год (2011 год);

Срок окупаемости проекта: 7 мес.;

Норма прибыли на конец 2011 г.: 28%;

Чистый приведенный доход: 179149 руб.

Глава I. Маркетинговый план

Концепция бизнес-плана

Характеристика рынка

В настоящее время проблема организации досуга населения в новых районах города является актуальной и достаточно злободневной. При строительстве новостроек главный акцент ставится на обеспечение населения магазинами и аптеками, организацию детских площадок и скверов, в то время как возведение объектов культурно-массового характера откладывается на второй план.

В районе располагается два детских сада, школа, библиотека, стадион, пруд с лесопарковой зоной.

Рынок предприятий общественного питания в г. Алатырь не является насыщенным, т. к. предложение, имеющееся в настоящее время, не удовлетворяет растущие потребности населения и не охватывает все имеющиеся группы потенциальных потребителей.

Потребители

Потенциальными клиентами проектного кафе «Аладин» являются:

- молодые семьи с детьми от 2 до 15 лет;
- молодые люди (школьники и студенты);
- работающие люди во время обеденного перерыва.

Как показывает опыт, детские тематические кафе с удовольствием посещают не только дети и их родители, бабушки и дедушки, но там часто устраивают встречи подростки и молодые люди, а также посещают работники из близлежащих офисов на обеденные перерывы.

Маркетинговый план

Конкурентная среда

На сегодняшний день в округе где будет располагаться кафе (четыре жилых микрорайона) существуют предприятия общественного питания двух типов:

«ночной клуб» - широкий ассортимент спиртных напитков и ограниченный набор блюд; самообслуживание;

«бистро» американского типа - широкий выбор блюд быстрого приготовления среднего качества по низкой цене; самообслуживание.

Все данные предприятия нацелены на разные слои населения, но при этом большой сегмент целевой аудитории остался неохваченным: это дети. Большая часть населения данных микрорайонов – молодые семьи с детьми, получившие жилье с помощью кредитной линии, открытой генеральным застройщиком района.

Перечисленные типы предприятий питания не удовлетворяют молодых родителей по ряду причин: ночные клубы и рестораны – в силу специфики посетителей, а бистро – из-за неоспоримого вреда фаст-фуда для детского организма.

В связи с этим можно сделать вывод о том, что появление специализированного детского кафе с высоким качеством предлагаемых блюд и средней ценой удовлетворит существующий на сегодняшний день спрос в данном районе города.

Так как новое кафе займет пустующую нишу на рынке общественного питания, то серьезной конкурентной борьбы не предполагается, а удобное месторасположение вдоль пешеходного бульвара рядом с пересечением улиц Пушкина и Ленина будет способствовать неугасающему спросу со стороны населения.

Глава II. Маркетинговая стратегия

Производимая продукция

Планируется, что детское тематическое кафе «Аладин» предложит своим покупателям разнообразное меню с качественно приготовленными блюдами в большом ассортименте. Отдельной линией выделено детское меню с их любимыми блюдами. В кафе не планируется продажа спиртных напитков, т.к. выбранная тематика и потенциальный контингент входят в противоречие с атмосферой, царящей в заведениях, где принято употребление спиртного.

Для упрощения расчетов продукция объединена в укрупненные группы (табл. 1).

Номенклатура продуктов по каждой группе составляет от 5 до 20 наименований.

Список продуктов

Таблица 1

№ п/п	Наименование продукта	ед. изм.	Цена за ед. изм.
1	Мороженое	порция	35,00р.
2	Бутерброды	штука	30,00р.
3	Блинчики с начинкой	порция	30,00р.
4	Выпечка	штука	15,00р.
5	Пирожные	штука	30,00р.
6	Торты	порция	40,00р.
7	Запеканки	порция	40,00р.
8	Мясные блюда	порция	90,00р.
9	Рыбные блюда	порция	80,00р.
10	Гарниры	порция	25,00р.
11	Пицца	штука	80,00р.
12	Салаты	порция	50,00р.
13	Чай	150 гр	20,00р.
14	Чай элитных сортов	150 гр	50,00р.
15	Кофе	100 гр	30,00р.
16	Кофе элитных сортов	100 гр	60,00р.

17	Сок свежавыжатый	200 гр	30,00р.
18	Сок пакетированный	200 гр	8,50р.
19	Коктейль молочный	250 гр.	20,00р.
20	Фрукты	штука	20,00р.

Ценообразование

Ценовая стратегия продаж будет сочетать в себе учет издержек производства, платежеспособный спрос потребителей и уровень цен на схожую продукцию у конкурентов. Предполагается, что уровень цен будет соответствовать выбранному имиджу производимой продукции: качественные и одновременно доступные блюда для массовых потребителей со средним уровнем дохода.

Стратегия маркетинга предполагает использование в перспективе системы скидок: к дням рождения посетителей, на комплексные обеды, во время «недели скидок на определенный продукт»

Реклама и продвижение товара

В рамках программы стимулирования покупательского спроса планируется проведение следующих мероприятий:

1) мероприятия, направленные на привлечение покупателей при открытии кафе и первых двух месяцах работы:

извещение об открытии кафе, размещенное на двух рекламных носителях типа «перетяжка» (в начале и конце улицы Ленина) сроком на 1 месяц;

организация праздника в день открытия кафе с привлечением профессиональных актеров-клоунов, проведением конкурсов и раздачей подарков;

организация детских новогодних утренников в дни школьных каникул;
размещение информации об открытии кафе и проведении детских утренников на телевидении «бегущей строкой»

2) мероприятия, направленные на стимулирование спроса покупателей в течение остального времени работы кафе:

информирование покупателей о проведении различных акций и скидках на специальном стенде внутри кафе;

размещение информации об открытии кафе и проведении детских утренников на телевидении «бегущей строкой».

Таким образом, основные затраты на рекламу планируются в первоначальном периоде – для ознакомления покупателей с новым кафе. Использование телевизионной рекламы в виде объявления «бегущей строкой» является недорогим, но действенным средством ознакомления с новыми предложениями и привлечения новых клиентов.

Принятая стратегия маркетинга по продажам продукции в кафе представляется достаточно эффективной. При этом продажа продукции потребителям гарантируется ненасыщенным спросом целевой группы потребителей, неохваченных прочими предприятиями общественного питания.

Емкость целевого рынка и, соответственно, возможные объемы сбыта продукции рассчитывались с учетом уровня конечного потребления и методом экспертных оценок. При этом учитывались следующие факторы:

- количество мест в кафе (60);
- проходимость в часы «пик» и часы наименьшей посещаемости.

С учетом графика работы будущего кафе определен расчетный объем продаж продукции, представленный в таблице 2. Предполагается, что время, необходимое для достижения запланированного расчетного объема продаж, составит 2 месяца после начала функционирования кафе.

Глава III. Организация производства

Оборудование

Для нормального функционирования кафе потребуется обеспечение работников необходимым оборудованием и принадлежностями для работы, а также оформить торговый зал удобной мебелью.

Основными критериями при выборе оборудования для кафе в рассматриваемой ситуации явились:

его стоимость при примерно одинаковой комплектации;

надежность и гарантийные сроки эксплуатации;

соответствие оборудования для торгового зала выбранному имиджу.

Смета затрат на закупку оборудования и сопутствующих материалов представлена в таблице 3.

Смета затрат на оборудование и мебель, руб.

Таблица 3

№	Наименование	количество	цена, руб	стоимость, руб.
1) Оборудование и принадлежности для кухонного производства				
1	кухонный стол	3	1 500р.	4 500р.
2	плита	2	5 000р.	10 000р.
3	холодильное оборудование	2	10 000р.	20 000р.
4	кухонные принадлежности			20 000р.
5	посуда			58 675р.
				113 175р.
2) Оборудование и принадлежности для зала посетителей				
1	стол для посетителей	15	1 500р.	22 500р.
2	стул для посетителей	60	500р.	30 000р.
3	декоративные	5	1 000р.	5 000р.

	вешалки			
4	музыкальное оборудование	1	5 000р.	5 000р.
5	видеопроектор	1	50 000р.	50 000р.
				112 500р.
3) Вспомогательное оборудование и принадлежности				
1	комплект мебели для руководства	2	12 000р.	24 000р.
2	офисная техника	1	40 000р.	40 000р.
3	прочие расходы			20 000р.
				84 000р.
Итого: Стоимость оборудования и принадлежностей				309 675р.

Помещение

Размер арендуемого помещения – 120 м², оно состоит из основного зала, кухни, кабинета руководства, подсобного помещения и двух санитарных комнат.

Ежемесячный размер арендной платы вместе с оплатой коммунальных платежей будет составлять 20 000 рублей. Расчет арендной платы приведен в таблице 4.

Расчет арендной платы

Таблица 4

Общая площадь, м2	Размер арендной платы (руб. за 1 м2 в месяц)	Стоимость аренды (руб. в год.)	Порядок расчетов
120	166,67	240 000	Ежемесячно

Во всех помещениях сделан ремонт, заменено сантехническое и теплооборудование. Для создания единого стиля кафе требуется провести косметический ремонт основного помещения и санитарных комнат. Смета затрат на отделку помещений приведена в таблице 5.

Смета затрат на отделку помещений, руб.

Таблица 5

№	производимые работы	стоимость материалов	стоимость работ	общие затраты
1	отделка потолка	10 000р.	10 000р.	20 000р.
2	покраска стен	5 000р.	10 000р.	15 000р.
3	декорирование стен	10 000р.	20 000р.	30 000р.
4	замена пола	25 000р.	5 000р.	30 000р.
5	отделка сан. комнат тематической плиткой	30 000р.	15 000р.	45 000р.
6	прочие расходы	15 000р.		15 000р.
		95 000р.	60 000р.	155 000р.

Организационная структура

В качестве организационной структуры управления выбрана линейная. Так как проектное предприятие можно отнести к разряду малых, то такой выбор оргструктуры позволит быстро принимать решения, быстро реагировать на изменения во внешней среде и обеспечивать неформальный подход к мотивированию и контролю деятельности сотрудников. Это, несомненно, дает определенные преимущества организации. В то же время необходимо помнить, что линейные организационные структуры открывают простор для волюнтаризма руководителя и сосредотачивают его внимание на текущих делах, не давая ему возможности уделять должное внимание будущему, поэтому руководителю необходимо уделять должное внимание стратегическому планированию и прогнозированию.

В качестве организационно-правовой формы предприятия выбран «частный предприниматель», как наиболее подходящее малому предприятию и по простоте налогообложения и по менее сложному процессу оформления документации.

Персонал

При подборе персонала учитывались следующие требования:

- наличие профессиональной подготовки и квалификации по данной специальности;
- наличие опыта работы на аналогичных предприятиях общественного питания;
- коммуникабельность, умение работать с клиентами;
- знание нормативных документов, регламентирующих работу в сфере торговли и общественного питания.

В штате кафе первоначально будет задействовано 7 человек. Штатное расписание представлено в таблице 6.

Штатное расписание проектного кафе

Таблица 6

Должность	Количество
Директор	1
Бухгалтер	1
Повар	2
Официант	2
Уборщица/дворник	1
Итого:	7

Глава IV. Финансовый план

На основе трех предыдущих разделов составим календарный план первоначальных вложений, который включает перечень подготовительных мероприятий и потребности в финансовых ресурсах для осуществления каждого из них.

Общие издержки

Проект создания кафе предусматривает включение в расчет таких издержек, как аренда производственного помещения, затраты на телефон, рекламу. Не обойтись и без общехозяйственных затрат, хотя они занимают незначительную долю в общей себестоимости (табл. 7).

Календарный план выполнения предварительных работ Таблица 7

№	Наименование этапа	Длительность (дней)	Дата начала	Дата окончания	Стоимость этапа (руб.)
1	Оформление кредита	15	01.12.10	15.12.10	
2	Заключение договора аренды	5	15.12.10	20.12.10	
3	Отделка помещения	15	15.12.10	30.12.10	155 000р.
4	Покупка оборудования, мебели	7	25.12.10	01.01.11	309 675р.
5	Заключение договоров на поставку сырья	10	20.12.10	30.12.10	
6	Получение разрешений	18	10.12.10	28.12.10	10 000р.
7	Проведение рекламной кампании	30	20.12.10	20.01.11	40 000р.
8	Открытие кафе		05.01.11		
					514 675р.

Структура общих издержек

Таблица 8

Список издержек на управление, производство, маркетинг	Сумма в месяц (руб. вкл. НДС)	Периодичность
Арендные платежи, включая коммунальные платежи	20000	Ежемесячно
Текущая реклама	5000	Ежемесячно
Общехозяйственные расходы	350	Ежемесячно
Итого:	25350	

Затраты на персонал

В проекте кафе заработная плата повременная и является постоянной (таб. 9).

Фонд оплаты труда персонала

Таблица 9

Список должностей	Количество работников	Месячный оклад (руб.)	ФОТ по должностям (в месяц)
Директор	1	12 000	12 000
Бухгалтер	1	10 000	10 000
Повар	2	9 000	18 000
Официант	2	6 000	12 000
Уборщица/дворник	1	3 000	3 000
Итого:			55 000

Сбыт продукции

В соответствии с запланированной структурой объема продаж в плане сбыта была составлен расчет поступлений от сбыта продукции, представленный в таблице 10.

начинко й												
Выпечка	311	311	934	934	934	934	934	934	934	934	934	934
Пирожн ые	623	623	1246	1246	1246	1246	1246	1246	1246	1246	1246	1246
Торты	831	831	1661	1661	1661	1661	1661	1661	1661	1661	1661	1661
Запеканк и	2076	2076	4153	4153	4153	4153	4153	4153	4153	4153	4153	4153
Мясные блюда	1308 1	1308 1	26161	26161	26161	26161	26161	2616 1	26161	26161	26161	26161
Рыбные блюда	1162 7	1162 7	23254	23254	23254	23254	23254	2325 4	23254	23254	23254	23254
Гарниры	4672	4672	9343	9343	9343	9343	9343	9343	9343	9343	9343	9343
Пицца	9966	9966	19932	19932	19932	19932	19932	1993 2	19932	19932	19932	19932
Салаты	6229	6229	12458	12458	12458	12458	12458	1245 8	12458	12458	12458	12458
Чай	2492	2492	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983
Чай элитных сортов	3114	3114	6229	6229	6229	6229	6229	6229	6229	6229	6229	6229
Кофе	2492	2492	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983
Кофе элитных сортов	2492	2492	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983	4983
Сок свежевы жатый	7475	7475	14949	14949	14949	14949	14949	1494 9	14949	14949	14949	14949
Сок пакетир.	132	132	265	265	265	265	265	265	265	265	265	265
Коктейл ь молочны й	623	623	1246	1246	1246	1246	1246	1246	1246	1246	1246	1246
Фрукты	1246	1246	2492	2492	2492	2492	2492	2492	2492	2492	2492	2492
Итого:	7882 3	7882 3	165432	165432	16543 2	165432	165432	1654 32	165432	165432	165432	16543 2

Налогообложение

Согласно Налоговому кодексу РФ проектное кафе имеет право на упрощенную систему налогообложения, при этом предварительные расчеты показали, что в первый год работы выгодно использовать УСН со ставкой 6%. В последующие годы необходимо провести плановый прогноз налоговых платежей и выбрать оптимальную схему налогообложения, т.к. объем налоговых платежей может существенно увеличиться.

План движения денежных средств

В основе «Плана движения денежных средств» лежит метод анализа денежных потоков, используемый во всех наиболее известных методиках планирования и оценки эффективности инвестиционных проектов. Составление данного документа используется для определения текущего остатка имеющихся в распоряжении предприятия денежных средств. Этот остаток формируется за счет притока (доходов от реализации продукции и услуг, взносов в уставной фонд, займов и т.д.) и оттока (затрат на производство продукции и услуг, общих издержек предприятия, затрат на инвестиции, затрат на обслуживание и погашение займов, выплаты дивидендов, налоговых и других выплат) денежных средств.

Расчет амортизации на основное оборудование произведен линейным способом сроком на 1 год.

В приложениях 1-2 приведены данные по плану движения денежных средств, руб. (таблица 13) и плану прибылей и убытков (таблица 14).

Глава V. Оценка рисков

В процессе своей деятельности проектное кафе может столкнуться со следующими видами рисков:

1. Внешние риски:

- ухудшения возможностей получения сырья и различных материалов;
- повышение цен на сырье и материалы;
- изменение требований потребителей;
- усиление конкуренции;
- изменение цен и спроса на продукцию фирмы;
- потеря позиций на рынке;
- неожиданные тенденции в развитии отрасли;
- трудности в получении банковского кредита;
- изменение общей экономической ситуации в стране, включая изменения системы налогообложения, валютного курса, повышения или непредвиденного снижения уровня инфляции, социальная нестабильность в стране.

2. внутренние риски:

- срывы планов работ из-за недостатка рабочей силы, нехватки материалов и нарушения сроков их поставки;
- невыполнение заказчиками и подрядчиками своих обязательств (по объективным и субъективным причинам);
- ошибки в планировании работ;
- изменения в руководстве;
- изменение технологии, ухудшение качества производимой продукции и снижение производительности труда;
- прямой ущерб имуществу (транспортные катастрофы, оборудование, материалы, имущество подрядчиков, уничтожение, хищение или порча товара при транспортировке, риск, связанные со стихийными бедствиями), косвенные потери, связанные с демонтажем и

передислокацией поврежденного имущества, нарушение графика работ;

- финансовый риск.

Процедуры, связанные с управлением риском, должны быть направлены на уменьшение вероятности возникновения рискованных ситуаций.

Для снижения уровня риска можно использовать следующие методы:

диверсификация. Предполагает распределение инвестиционных средств между различными видами деятельности фирмы. Неся убытки по одному виду деятельности, она может получить прибыль, развивая другую деятельность. Такой подход представляет собой неплохую основу для обеспечения устойчивости предприятия к изменениям во внутренней и внешней среде фирмы.

страхование. Для снижения степени риска используются имущественное страхование (страхование риска подрядного строительства, страхование оборудования, грузов и т.п.), страхование от несчастных случаев (то есть страхование общей гражданской и профессиональной ответственности), страхование цены товара от риска либо нежелательного для производителя ее падения, либо невыгодного для потребителя увеличения (хеджирование).

лимитирование. Предполагает установление ограничений на сумму расходов, объемы продаж в кредит, на вложения капиталов и т.д.

резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов. Создание фонда средств на покрытие непредвиденных расходов, связанных с устранением последствий наступления риска: финансирование дополнительных работ, компенсация непредвиденного повышения материальных, финансовых и трудовых затрат, возникающих в процессе функционирования предприятия.

распределение риска. Разделение риска между участниками проекта получение всей необходимой, достоверной информации о предстоящем выборе и результатах.

В нашем случае целесообразным кажется использование страхования и резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов.

Также необходимо помнить, что любую ситуацию легче предупредить, чем исправить, так что руководству кафе необходимо особое внимание уделить диверсификации производства, маркетинговым исследованиям конъюнктуры рынка, использованию аккредитивных форм оплаты за товар, корректировке цен, созданию резервных фондов и так далее. Чем полнее и достовернее будет получена информация о внешней среде, тем больше будет возможностей подготовить хороший прогноз и снизить риск.

Заключение

Таким образом, целью проекта является создание тематического детского кафе «Аладин» в г. Алатырь, по ул. Ленина, 43 для обслуживания жителей города.

Деятельность создаваемого предприятия направлена на оказание услуг в сфере общественного питания для людей со средним уровнем дохода.

Выбранное местоположение и тематика кафе определяются повышенным спросом со стороны потенциальных потребителей и отсутствием прямых конкурентов.

Исходя из представленных данных, можно сделать следующие выводы:

- проектное кафе займет пустующую нишу на рынке предприятий общественного питания г. Алатырь и, таким образом, будет избавлено от сильного конкурентного влияния;
- разработанный проект детского тематического кафе «Аладин» является быстрокупаемым (7 мес.) и прибыльным для своих владельцев (расчетная норма прибыли к концу 2011 года составляет 28%);
- положительная величина чистого приведенного дохода свидетельствует о высокой инвестиционной привлекательности проекта;
- финансовый риск проекта небольшой, так как эта отрасль является быстро окупаемой, а грамотная политика руководства позволит предвидеть и избегать негативных ситуаций, с которыми сталкивается малый бизнес в процессе функционирования.

Проведенный финансово-экономический анализ проекта позволяет говорить о том, что представленный проект может быть реализован с высокой эффективностью.

Таким образом, реализация данного Бизнес-плана позволит создать предприятие общественного питания со стабильным, прогнозируемым доходом и достаточно высокой устойчивостью к изменению критических факторов.

Список литературы

1. Абрютин М.С. Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. Учебно-практическое пособие. – М.: «Дело и сервис», 2008.
2. Алексеев И. Н. Финансовый и производственный рычаг. // Время сбережений. – 2006. – сентябрь.
3. Басовский Л.Е., Лунёва А.М., Басовский А.Л. Экономический анализ. - М.: ИНФРА-М, 2007.
4. Бирман Г. Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов. – М.: Издательское объединение «ЮНИТИ», 2007.
5. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент, в 2-х томах. – СПб.: «Экономическая школа», 2007.
6. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование Учебник 2-е изд.,испр. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2008.
7. Грищенко О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Таганрогский государственный радиотехнический университет. 2009.
8. Ефимова О.В. Финансовый анализ. – М.: Издательство «Бухгалтерский учет», 2008.
9. Как подготовить успешный бизнес-план. Под ред. Шудры В. Ф., - Киев, 2007.
10. Ковалев В.В., Финансовый анализ. – М.: Финансы и статистика, 2007.
11. Крейнина М.Н. Финансовая устойчивость предприятия: оценка и принятие решений. // Финансовый менеджмент. 2006 - №2
12. Лазарев А.В. Бизнес-планирование как форма экономического управления. - М., 2007.
13. Леонтьев С.В., Ткаченко П.Н. Типовая методика разработки бизнес-планов и анализа инвестиционных проектов с помощью тестовых таблиц. Фирма «РОЭЛ Консалтинг». - М. 2006.

14. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П. Финансовый анализ: Учебное пособие. – Ростов н/Д.: Издательство Рост., ун-та, 2008.
15. Самойлов Л.Л. Практические выводы по результатам анализа финансовых показателей. - Фирма «ИНЭК», М. 2007.
16. Пелих А.С. Бизнес-план, или Как организовать собственный бизнес. Анализ. Методика. Практикум. - М.: Ось-89, 2009.
17. Савчук В.П. Финансовый анализ деятельности предприятия (международные подходы). М.: Вершина, 2010.
18. Толстов Ю.И. Основы бизнес-планирования. Учебное пособие. Дальневосточный госуниверситет, Тихоокеанский институт дистанционного образования и технологий, 2009.
19. Тренинг-курс «Как начать свой бизнес. Разработка бизнес-плана для малого предприятия» Проект ТАСИС по распространению технической информации.
20. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. – М.: Инфра – М, 2009.