

strategy
work
performance

activities

success
opportunities
innovation

business plan

goals
analysis
ideas

market
TEAM
plan
competitors

A hand in a dark suit sleeve is shown from the right, holding a piece of white chalk and writing the word 'plan' on a dark grey chalkboard. The word 'business' is already written in white chalk to the left of 'plan'. Surrounding the main text are various business-related terms written in white and yellow chalk. The words 'strategy', 'work', and 'performance' are in white at the top left. 'activities' is written vertically in white. 'success', 'opportunities', and 'innovation' are in yellow at the top right. 'goals', 'analysis', and 'ideas' are in white at the bottom left. 'market', 'TEAM' (in yellow), 'plan', and 'competitors' are in white at the bottom right.

Что такое бизнес-план

*Бизнес-план – это документ или по-
другому руководство, которое описывает
идею проекта, бизнес-процессы и
механизмы их реализации с целью
достижения целей, заявленных автором
документа (бизнес-плана).*



Успех вашего проекта будет зависеть от 3-х ключевых факторов:

1. Осознание вашего уровня на текущий момент времени (точка «А»);
2. Четкое представление конечной цели где вы (и ваша компания) планируете оказаться (точка «Б»);
3. Четкое понимание последовательности шагов, чтобы перейти из точки «А» в точку «Б».

Для чего нужен бизнес план

- **1. Бизнес-план для инвесторов**
(кредиторов, грантодателей, органов, предоставляющих господдержку в виде субсидий и т.д.)
- **2. Бизнес-план для себя** (по этому плану вы реально будете действовать для успешной реализации собственного проекта)

- *При написании бизнес-плана для себя делайте упор на ресурсы, которыми располагаете, и пишите такой план максимально приближенный к вашим реалиям.*

Как правильно составить бизнес-план

- для предварительного анализа перед предстоящим бизнес-планированием проводим **SWOT-анализ**.

SWOT – Это:

- *Strengths* – сильные стороны;
- *Weakness* – слабые стороны;
- *Opportunities* – возможности;
- *Threats* – угрозы.

SWOT-анализ нужен для того, чтобы оценить внутренние и внешние факторы компании, составив объективную картину для предстоящего бизнес-планирования.

Сильные стороны:

- Низкая себестоимость продукции;
- Высокий профессионализм команды проекта;
- Продукт (услуга) компании имеют инновационный компонент;
- Привлекательная упаковка продукта или высокий уровень оказания услуги компании.

Слабые стороны:

- Отсутствие собственных торговых помещений;
- Низкая узнаваемость бренда среди потенциальных покупателей.

Возможности:

- Внедрение новых материалов и технологий для производства продукта компании;
- Получение дополнительного финансирования на проект;
- Адаптация дизайна продукта под культурные и возрастные особенности региона.

Угрозы:

- Высокие таможенные пошлины на сырье для производства товара;
- Сильная конкуренция в данном сегменте рынка.

Какие разделы должны быть в бизнес-плане

1. Вводная часть (резюме);
2. Описание товаров и услуг;
3. Анализ рынка и маркетинговая стратегия;
4. Производственный план;
5. Организационный план;
6. Финансовый план (бюджет);
7. Ожидаемые результаты и перспективы (заключительная часть).

- Приступая к разработке бизнес-плана, важно описать свою идею на 1-2 листах формата А4, для того, чтобы понять картину в целом.

Важный момент!

Перед тем, как подробно заполнять разделы, соберите максимум информации по теме вашего проекта (бизнеса).

- Анализ отрасли с количественными показателями;
- Способы продвижения ваших товаров или услуг;
- Действующие конкуренты на рынке;
- Размер налоговых отчислений для вашей компании;
- Технологии, применяемые в отрасли вашего будущего бизнеса.

1. Вводная часть (резюме)

- **Цель** данного раздела – произвести положительное впечатление на инвесторов и дать общую характеристику бизнес-плана в целом. Резюме не должно быть длинным, его оптимальный объем от 2-х до 4-х страниц.

Здесь должно быть только самое главное:

- Направление деятельности компании;
- Целевые рынки сбыта и место компании на них;
- Рентабельность и срок возврата инвестиций;
- Персонал и ответственные лица;
- Планируемые количественные и качественные показатели в результате работы по периодам.

Раздел «Резюме» при написании бизнес-плана должен дать ответы на 2 главных вопроса:

- Что получают **инвесторы** при успешной реализации проекта?
- Каковы шансы потерять капитал или его часть при неблагоприятном развитии событий?

2. Описание товаров и услуг

- Описание основных товаров (услуг) компании и второстепенных;
- Фотосъемка вашей продукции;
- Определение портрета вашего идеального потребителя;
- Проведение анализа рынка на предмет наличия схожих товаров или услуг на вашем целевом рынке;
- Планирование организации сервиса (если того требует специфика вашей компании);
- Описание модели ценообразования. Сможете ли вы конкурировать с уже имеющимися компаниями вашего сегмента?;
- Составление единой подробной таблицы своих товаров (услуг) согласно вышеописанным параметрам.

3. Анализ рынка и маркетинговая стратегия

- В каких рыночных условиях будет работать ваша компания?
- Каких конкурентов можно выделить в вашей сфере?
- Какие методы продвижения используют ваши конкуренты и сможете ли вы продвигаться лучше?
- Какие инструменты продвижения вы планируете использовать? (возможно, это реклама, прямые продажи, мерчандайзинг, стимулирование сбыта и др.)
- Почему именно ваш товар (услугу) должен выбрать потребитель при прочих условиях? Обратитесь к описанию товара (услуги) из раздела бизнес-плана «описание товаров и услуг».
- Есть ли сезонность у вашего бизнеса и если да, то в какое время?

4. Производственный план

- Сколько производственных мощностей вам понадобится для реализации производства (производственной линии)?
- В какой последовательности оборудование будет внедрено и подготовлено к работе?
- Какова предполагаемая динамика увеличения производства с течением времени?
- Как будет осуществляться доставка необходимых материалов к месту производства, и кто будет поставщиком сырья? Здесь необходимо описать вопросы логистики и охарактеризовать ваших поставщиков;
- Если ваше предприятие располагает какими-либо основными средствами или производственными мощностями, то как они будут состыкованы с вновь установленным оборудованием?
- Как будет выглядеть весь производственный процесс? Здесь желательно привести наглядную схему с пояснениями (ее можно вынести в приложение к бизнес-плану).

5. Организационный план

№	Наименование этапа	Сроки реализации	Ответственны й	Ожидаемые результаты и примечания
1				
2				
3				
4				
5				

6. Финансовый план (бюджет)

- единовременные и периодические затраты.
- Пример таблицы единовременных затрат:

№	Наименование расхода	Количество (шт.)	Стоимость (руб.)	Сумма (руб.)
1	Лазерный принтер	1	5 000	5 000
2	Грузовой автомобиль	1	850 000	850 000
3	Стол письменный	3	4 000	12 000
Итого:				867 000

- Пример таблицы периодических затрат:

№	Наименование расхода	Единица измерения	Стоимость (руб.)	Сумма (руб.)
1	Аренда помещения 30 кв. м.	1 мес.	30 000	30 000
2	Зарботная плата работнику с учетом пенсионных отчислений	2 чел.	20 000	40 000
3	Бензин	100 л.	27	2 700
Итого:				72 700

Точка безубыточности

- *минимальный объем продаж товаров или услуг вашей компании, при котором все затраты на организацию бизнеса за определенный период будут покрываться доходами от ведения бизнеса, а каждая следующая продажа будет приносить чистую прибыль.*

Амортизация

- *перенос части стоимости оборудования на произведенный им товар или услугу.*

7. Ожидаемые результаты и перспективы (заключительная часть)

- Здесь вы можете рассмотреть несколько вариантов развития событий относительно вашего бизнеса: от пессимистичного до оптимистичного.
- Дальнейшие перспективы развития бизнеса (масштабирование).

Практический пример написания бизнес-плана по открытию антикафе

- *Антикафе (или time-safe) – новый формат культурно-развлекательных заведений, впервые появившихся в Москве в 2010 году.*
- посетители не заказывают себе еду и напитки за деньги, как в обычном кафе, а платят поминутно за время нахождения в заведении. За эту оплату они получают возможность играть в настольные игры, играть в видеоигры, организовывать собственные мероприятия: дни рождения, корпоративы, вечеринки, бесплатный WI-FI Интернет.

Содержание

1. Вводная часть (резюме)
2. Описание товаров и услуг
3. Анализ рынка и маркетинговая стратегия
4. Организационный план
5. Финансовый план (бюджет)
6. Ожидаемые результаты и перспективы (заключительная часть)

1. Вводная часть (резюме)

№	Наименование пункта	Описание
1	Название предприятия	Time-cafe «Reality»
2	Организационно-правовая форма	<u>Индивидуальное предпринимательство</u>
3	Предоставляемые услуги	<ul style="list-style-type: none">· Прокат образовательно-развлекательного инвентаря;· Тренинги и семинары;· Развлекательные программы.
4	География присутствия и рынок сбыта	г. Заречный
5	Режим работы	с 12.00 до 24.00 (без выходных)
6	Персонал заведения	7 человек, а именно: <ul style="list-style-type: none">· Руководитель – 1 чел.· Администратор-официант – 3 чел.· Специалист по информационному продвижению и работе с клиентами – 1 чел.· Арт-директор – 1 чел.· Уборщица – 1 чел.

7	Необходимые стартовые (единовременные) инвестиции	800 000 рублей
8	Периодические расходы/месяц	100 000 рублей
9	Срок возврата инвестиций	13 месяцев
10	Конкуренция на целевом рынке	Низкая
11	Спрос на подобные услуги	Средний
12	Планируемый доход в месяц	162 000 рублей
13	Планируемый расход в месяц	100 000 рублей
14	Планируемая чистая прибыль в месяц	62 000 рублей

2. Описание товаров и услуг

2.1. Услуги заведения

Time-safe «Reality» будет продавать время нахождения в заведении из расчета
1,5 руб./мин

1. Доступ к пользованию образовательно-развлекательным инвентарём:

- Книги;
- Настольные игры;
- Игровая приставка X-box;
- Ноутбук;
- Проектор;
- Система караоке.

2. Доступ к участию в тренинговых и развлекательных мероприятиях:

- Музыкальные вечера;
- Танцевальные вечера;
- Курсы по психологии;
- Курсы по английскому языку;
- Курсы по ораторскому мастерству.
- Помимо этого каждый посетитель заведения может без ограничений пользоваться WI-FI Интернетом на территории антикафе, а также пить чай и есть сладости, которые предоставляет бар заведения.





2.2. Портрет идеального потребителя

Идеальным потребителем услуг нашего антикафе являются люди в возрастной группе от 18 до 40 лет с активной жизненной позицией, со средним достатком, без вредных привычек, которые хотят проводить время с пользой для себя, получая хорошие эмоции, новые знания и навыки. Наш идеальный потребитель должен проводить в заведении не менее 20 часов в месяц. Таким образом, он принесет заведению не менее 1 800 рублей в месяц.



ХитёрБобёр.ru



3. Анализ рынка и маркетинговая стратегия

3.1. Анализ конкурентов

На рынке города Заречный в настоящий момент есть один игрок в этом сегменте – это антикафе «InTime». В настоящее время у нашего конкурента 2 заведения в городе. Одно территориально далеко от нас. Второе открывается в нашем районе, в радиусе 1 км, что представляет потенциальную угрозу для Time-cafe «Reality». Наш конкурент продвигается следующими методами:

- Группы в социальных сетях;
- Смс-рассылка;
- Флаеры и купоны скидок;
- «Сарафанное радио».

3.2. Наши инструменты продвижения и удержания клиентов

1. Прямые продажи

Будем встречаться с потенциальными «оптовыми» клиентами и продавать им корпоративные вечера и утренники в нашем антикафе. Этот инструмент наработки клиентов, по моему мнению, должен создать стабильность в доходах заведения. Продавать наши услуги планируем школам, ВУЗам, клубам по интересам, общественным организациям, небольшим коммерческим фирмам.

2. Группы в социальных сетях

Качества, обозначенные в портрете нашего идеального потребителя, во многом совпадают с аудиторией социальных сетей прежде всего по своему возрастному критерию. Самое главное, что работа с аудиторией в социальных сетях позволяет получить от потребителя качественную обратную связь и оперативно реагировать на его предпочтения.

3. Выстраивание партнерских отношений с фирмами по организации праздников и мероприятий

Наше заведение может стать подрядчиком для компаний города, специализирующихся на проведении корпоративов, детских праздников, театральных шоу и так далее.

Если предложить таким компаниям выгодные условия сотрудничества, то можно значительно увеличить объём сбыта услуг заведения.

4. Продажа абонементов

В нашем антикафе будут продаваться абонементы на неограниченное время посещения заведения по цене 4 800 рублей. Срок действия абонемента – 1 месяц. Это оптимальна цена, но мы понимаем, что при этом клиент может не принести ни рубля прибыли заведению. Продажа абонементов – это скорее маркетинговый ход для увеличения лояльности к антикафе и привлечения дополнительных посетителей за счет «сарафанного радио».

5. Сарафанное радио

После проведения всего комплекса маркетинговых мероприятий, планируется запустить стратегию «вирусного маркетинга», например, создать легенду о нашем заведении, которая будет передаваться из уст в уста и таким образом привлекать дополнительных клиентов.

3.3. Сезонность бизнеса

- Наш бизнес имеет сезонность. Антикафе выходит на пиковую посещаемость в холодное время года и наоборот, посетителей становится меньше, если погода за окном благоприятна для прогулок и отдыха на природе. В связи с этим, планируем сделать упор на заработок заведения во время пиковой посещаемости, а в теплое время года главная задача – не уйти в убыток.

4. Организационный план

№	Наименование этапа	Сроки реализации	Ответственный	Ожидаемые результаты и примечания
1	Исследование целевого рынка	01.01.18 – 01.02.18	Руководитель проекта	Подтверждение гипотезы спроса на данные услуги
2	Подбор основной команды проекта и ее утверждение	01.02.18 – 01.03.18	Руководитель проекта	Наличие кадрового резерва потенциальных сотрудников
3	Поиск помещения для заведения	01.03.18 – 01.04.18	Руководитель проекта	Найдено помещение, соответствующее видению руководителя
4	Ремонт помещения	01.04.18 – 01.05.18	Руководитель проекта	В помещении выполнен качественный ремонт, отвечающий требованиям заведения
5	Закупка оборудования и инвентаря в антикафе	01.05.18 – 01.06.18	Руководитель проекта	Оборудование и инвентарь закуплены и подготовлены к работе
6	Утверждение плана мероприятий	01.06.18 – 03.06.18	Арт-директор	Обозначены направления мероприятий, найдены ведущие, составлен план мероприятий на квартал

7	Официальная регистрация деятельности	01.06.18 – 03.06.18	Руководитель проекта	На руках документы (ОГРНИП), приобретен и подготовлен к работе кассовый аппарат Созданы группы в социальных сетях,
8	Проведение рекламной кампании	03.06.18 – 10.06.18	Специалист по информационному продвижению и работе с клиентами	оповещены целевые потребители, подготовлен раздаточный и маркетинговый материал
9	Финальная проверка работоспособности заведения	10.06.18 – 11.06.18	Руководитель проекта	Заведение готово к приему первых посетителей Проведено интересное и запоминающееся шоу с приглашением известных людей и СМИ, все гости довольны и желают рассказать о новом заведении своим друзьям
10	Открытие	12.06.18	Руководитель проекта	

5. Финансовый план

5.1. Единовременные затраты

№	Наименование расхода	Количество (шт.)	Стоимость (руб.)	Сумма (руб.)
1	Покупка оборудования	70	5 000	350 000
2	Покупка инвентаря	100	1000	100 000
3	Ремонт помещения	1	350 000	350 000
Итого:				800 000

5.2. Периодические затраты

№	Наименование расхода	Ед. измерения или количество	Стоимость (руб.)	Сумма (руб.)
1	Аренда помещения 150 кв. м.	1 мес.	40 000	40 000
2	Заработная плата работнику с учетом пенсионных отчислений	6 чел.	5 000	30 000
3	Коммунальные платежи и Интернет	1 мес.	3 000	3 000
4	Покупка чая и сладостей	700 комплектов	10	7 000
5	Налоговые отчисления	1 мес.	5 000	5 000
6	Амортизационные отчисления	1 мес.	15 000	15 000
Итого:				100 000

5.3. Точка безубыточности

- Исходя из ежемесячных периодических затрат нашей точкой безубыточности будет момент, когда доход заведения будет более 100 000 рублей в месяц.

5.4. Срок окупаемости

*Срок окупаемости = Единовременные затраты /
Чистая прибыль в месяц*

должно соблюдаться 2 условия:

1. Каждый месяц заведение должно продавать 1 800 человеко-часов (в среднем 30 человек в день по 2 часа)
2. Заведение выйдет на точку безубыточности сразу же после всех единовременных вложений

Дано:

Единовременные затраты = 800 000 руб.;

Расход за месяц = 100 000 руб.;

Найти: Срок окупаемости — ?

Решение:

Срок окупаемости = Единовременные затраты / Чистая прибыль в месяц

1) Вычисляем чистую прибыль в месяц

Чистая прибыль в месяц = Доход за месяц — Расход за месяц;

*Доход за месяц = (Доход за день) * 30 дней = (30 чел. * 2 часа * 90 руб./час)
* 30 дней = 162 000 рублей*

Чистая прибыль в месяц = 162 000 руб. — 100 000 руб. = 62 000 рублей

2) Вычисляем срок окупаемости

*Срок окупаемости = 800 000 рублей (единовременные затраты) / 62 000
рублей (чистая прибыль в месяц) = 13 месяцев*

6. Ожидаемые результаты и перспективы (заключительная часть)

- открытие антикафе приходится на теплое время года, что может отрицательно сказаться на доходах заведения.
- Отследив динамику посещаемости нашего антикафе, можно предположить, что если в летнее время удастся вывести заведение на точку безубыточности, то в дальнейшем с большой вероятностью оно будет приносить прибыль. После успешной работы антикафе в течение года можно задуматься над масштабированием бизнеса, открыв еще одно кафе и так далее.