**Разработка бизнес-плана предприятия индустрии туризма и гостеприимства.**

**Работа должна строго соответствовать следующему плану:**

1) титульный лист;

2) аннотация;

3) меморандум о конфиденциальности;

4) оглавление;

Затем его основные разделы.

1) резюме;

2) история бизнеса организации (описание отрасли); (свод-анализ)

3) характеристика объекта бизнеса организации;

4) анализ бизнес-среды организации;

5) план маркетинга;

6) производственный план;

7) организационный план;

8) финансовый план;

9) оценка и страхование рисков;

10) приложения.

**Рекомендации по написанию (обязательно соблюдать)**

**При написании работы необходимо полностью скопировать в свою работу весь план и строго соблюдать нумерацию и название пунктов в каждом разделе.**

Бизнес-план начинается с **титульного листа**, на котором обычно указывают:

1) наименование проекта;

2) место подготовки плана;

3) авторов проекта, название и адрес предприятия, телефоны;

4) имена и адреса учредителей;

5) назначение бизнес-плана и его пользователей.

На титульном листе обычно помещается **меморандум о конфиденциальности**. Он составляется с целью предупреждения всех лиц о неразглашении содержащейся в плане информации и использовании ее исключительно в интересах фирмы, представившей проект.

Также титульный лист может содержать требование о возврате автору бизнес-плана, если он не вызывает интереса инвестировать в его реализацию.

После титульного листа следует **оглавление** - формулировка разделов плана с указанием страниц и выделением наиболее важных пунктов в соответствии с особенностями конкретного проекта.

В а**ннотации** (0,5 - 2 страницы). указывается следующая информация:

1. Предприятие.

2. Адрес.

3. Телефон, факс.

4. Руководитель предприятия.

5. Суть предлагаемого проекта и место реализации.

6. Результат реализации проекта.

7. Необходимые финансовые ресурсы.

8. Срок окупаемости проекта.

9. Ожидаемая среднегодовая прибыль.

10. Предполагаемая форма и условия участи инвестора.

11. Возможные гарантии по возврату инвестиций.

1. **Резюме** (концепция бизнеса) - краткое изложение основных положений предполагаемого плана, т. е. информация о намечаемом бизнесе и целях, которые ставит перед собой предприятие либо предприниматель, начиная собственное дело или развивая имеющееся.

**Резюме** содержит следующие данные:

1) идеи, цели и суть проекта;

2) особенности предлагаемых товаров (услуг, работ) и их преимущества в сравнении с аналогичной продукцией конкурентов;

3) стратегию и тактику достижения поставленных целей;

4) квалификацию персонала и особенно ведущих менеджеров;

5) прогноз спроса, объемы продаж товаров (услуг, работ) и суммы выручки в ближайший период (месяц, квартал, год и т. д.);

6) планируемую себестоимость продукции и потребность финансирования;

7) ожидаемую чистую прибыль, уровень доходности и срок окупаемости затрат;

8) основные факторы успеха (описание способов действий и мероприятий).

**2. История бизнеса организации (описание отрасли)**

Данный раздел содержит основные сведения о предприятии и сфере его деятельности. Здесь находят отражение главные события, повлиявшие на появление идей предлагаемого бизнеса, а также главные проблемы, стоящие перед организацией в настоящее время. Оценивается фактическое положение предприятия на рынке, указываются направления его развития на перспективу. Давно существующее предприятие приводит краткую историю своей хозяйственной деятельности. Указывается тип предполагаемого бизнеса. Представляются те виды деятельности, которыми предприятие предполагает заниматься или уже занимается.

В разделе описываются положительные и отрицательные стороны местонахождения предприятия с учетом следующих факторов:

1) доступности рабочей силы;

2) близости к сырью;

3) близости к заказчикам;

4) близости к поставщикам;

5) местного налогового законодательства и т. д.

Провести анализ предприятия (используя методику SWOT-анализа) SWOT-анализ позволяет уточнить цели и задачи предприятия.

Заканчивается раздел формулировкой миссии и целей деятельности предприятия и определением стратегии бизнеса.

Процесс формирования стратегии включает три этапа:

1) формирование общей стратегии предприятия (портфельной);

2) формирование деловой (конкурентной) стратегии;

3) определение функциональных стратегий.

**3.Характеристика объекта бизнеса организации.**

**Основные моменты раздела:**

1) наименование нового товара (услуги) и его спецификация;

2) назначение и области применения;

3) возможность замены новым продуктом старого;

4) вписывание предлагаемого продукта в существовавший до этого ряд продуктов;

5) прогрессивность идеи продукта;

6) название товара (услуги);

7) наглядное изображение товара (фотография или рисунок);

8) основные технико-экономические и потребительские характеристики товара (услуги);

9) потребности (настоящие и потенциальные), которые призван удовлетворять предлагаемый товар (услуга);

10) степень соответствия продукта внутренней структуре фирмы;

11) степень освоения предлагаемой к производству продукции;

12) наличие опыта производства и реализации похожих продуктов, результаты;

13) наличие лицензии на производство товара (оказание услуги), использование товарного знака, изготовление промышленного образца;

14) наличие сертификата или необходимость выполнения сертификационных требований;

15) соответствие данного товара (услуги) требованиям законодательства, традициям и обычаям страны-рынка;

16) наличие у данного товара фирменной марки;

17) особенности дизайна товара;

18) особенности упаковки товара. Какими патентами они защищены;

19) регулярность приобретения данного товара (услуги);

20) степень изменчивости спроса на данный товар (услугу);

21) особенности цены товара (услуги);

22) сегменты рынка, на которые он рассчитан;

23) стадия жизненного цикла, на которой находится товар (услуга) в настоящий момент;

24) оценка реакции конкурентов на продукт;

25) период, в течение которого этот товар (услуга) будет оставаться новинкой на рынке;

26) особенности технологии изготовления товара;

27) правовая защищенность предлагаемого товара (услуги);

28) сравнительный анализ аналогичных товаров конкурентов, выводы.

**4.Анализ бизнес-среды организации.**

**Основные моменты раздела.**

1. Оценка рынка сбыта:

1) рынки, на которые планируется бизнес. Их типы и наименование (например, рынок туристских услуг);

2) перспективные рынки;

3) предполагаемая емкость каждого из этих рынков;

4) оптимальная система сбыта, позволяющая проникнуть на эти рынки;

5) отношение населения в целом к товарам той группы, к которой относится и предлагаемая фирмой продукция;

6) характеристики основных потребителей данного вида товаров (национальность, пол, социально-экономическая группа, возраст и др.);

7) клиенты, на которых следует рассчитывать в различных регионах сбыта;

8) анализ рынков (сегментов рынка) по степени конкурентной борьбы;

9) факторы, влияющие на спрос на товары (услуги) фирмы в каждом из этих сегментов;

10) прогнозы изменения емкости сегментов на каждом рынке в ближайшее время и в перспективе;

11) потенциальный объем продаж;

12) ожидаемая реакция рынка на новый товар (услугу);

2. Оценка конкурентной среды:

1) число фирм-конкурентов, их названия;

2) факторы, определяющие конкуренцию в настоящем и будущем;

3) тенденции, которые могут изменить расстановку сил в конкурентной борьбе;

4) положение дел у фирм-конкурентов с доходами, внедрением новых моделей, послепродажным обслуживанием;

5) предмет наиболее жесткой конкуренции в данной сфере деятельности (цена, качество, послепродажное обслуживание, имидж фирмы и др.);

6) сильные и слабые стороны конкурентов;

7) продукция конкурентов (основные технико-экономические показатели, уровень качества, дизайн и т. д.);

8) цена на продукцию конкурентов и их политика цен;

9) конкурентоспособность предлагаемого товара на каждом рынке и сегменте;

**5. Разработка маркетинг-плана**

Необходимо включить в данный раздел такие пункты, как:

1) цели и стратегии маркетинга;

2) ценообразование;

3) схема распространения товаров;

4) методы стимулирования продаж;

5) организация послепродажного обслуживания клиентов;

6) реклама;

7) формирование общественного мнения о фирме и товарах;

8) бюджет маркетинга;

9) контроллинг маркетинга.

**6. Составление плана производства**

**Основные моменты раздела:**

1) производственные мощности, которые потребуются, и планируемая динамика их ввода в будущем;

2) основные средства, необходимые для организации производства, и динамика их изменения на перспективу;

3) потребность в материальных ресурсах и производственных запасах;

4) схема производственных потоков;

5) издержки производства. Динамика их изменения;

6) новые технологии, планируемые к использованию в производственном процессе;

7) степень износа оборудования;

**7. Составление организационного плана**

**Основные моменты раздела:**

1) организационная схема управления фирмой, ее структура;

2) состав подразделений и их функции;

3) потребность в кадрах по профессиям;

4) квалификационные требования;

5) форма привлечения к труду (постоянная работа, совместительство, надомная работа и т. д.);

6) заработная плата по профессиям;

7) режим труда в фирме и сменяемость рабочей силы;

8) система стимулирования основных и вспомогательных рабочих (за высокопроизводительный труд, деятельность по повышению качества работы и др.);

9) система стимулирования труда управленческих работников;

10) планирование социального развития.

**8. Составление финансового плана**

**Основные моменты раздела:**

1) финансовая отчетность предприятия (оперативный план или отчет, план или отчет доходов и расходов, план или отчет движения денежных средств, балансовый отчет или план);

2) средства, которыми располагает предприятие;

3) потенциальные источники финансирования предполагаемого бизнеса и сферы вложения предоставленных средств;

4) используемые источники финансирования предполагаемого бизнеса;

5) анализ финансово-экономического состояния предприятия;

6) структура активов и пассивов, их динамика по годам;

7) анализ оборачиваемости средств предприятия;

8) рентабельность капитала и продаж;

9) состояние оборотных средств;

10) состояние основных средств;

11) прогноз прибылей и убытков, а также движения денежных средств;

12) сумма прогнозной чистой прибыли по годам;

13) критический объем продаж (точка безубыточности или порог рентабельности – **обязательно!!!)**

**Обязательно заполнить таблицу**

Основные технико – экономические показатели деятельности предприятия (проектируется на 2 года)

Табл.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование | Ед.изм. | Величина показателя | Отклонения |
| п/п | показателя |  | 2015 | 2016 | Абсолютн.+,- | Темпроста |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1.  | Объем реализацииуслуг | Т.руб. |  |  |  |  |
| 2. | Численность работающих | Чел. |  |  |  |  |
| 3. | Производительность труда 1-работающего | Т.руб. |  |  |  |  |
| 4. | Фонд заработнойплаты персонала | Т.руб. |  |  |  |  |
| 5. | Среднегодовая зарплата1-го работающего | Т.руб. |  |  |  |  |
| 6. | Себестоимость услуг(продукции, услуг) | Т.руб. |  |  |  |  |
| 7. | Затраты на 1 руб. реализации услуг | Коп. |  |  |  |  |
| 8. | Прибыль отреализации услуг | Т.руб. |  |  |  |  |
| 9. | Рентабельность деятельности  | % |  |  |  |  |
| 10. | Рентабельность продаж | % |  |  |  |  |

**9. Оценка и страхование рисков.**

Выявить и проанализировать основные риски.

После анализа возможных рисков и выявления среди них наиболее существенных необходимо определить для каждого из рисков действия по его профилактике и нейтрализации.