**ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННО-ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА.**

**г.Волгоград Апрель 2013 г.**

Автор программы, инициатор проекта - Ермилин Валерий Александрович

**ЧАСТЬ 1**

***Инициатор проекта.***

|  |
| --- |
| Ермилин Валерий Алескандрович |

***Дата рождения.***

|  |
| --- |
| 17 мая 1967г. |

***Образование.***

|  |
| --- |
| Высшее, архитектура, очная форма обучения, Волгоградский Инженерно - Строительный Институт, 1988 – 1993 г.г. |

***Гражданство, регион и город проживания.***

|  |
| --- |
| РФ, Волгоградская область, г.Волгоград |

***Местонахождение бизнеса.***

|  |
| --- |
| * Волгоградская область, г.Волгоград. * Перспектива - ЮФО: Краснодарский край, г.Краснодар, г.Ростов-на-Дону. * Также рассматривается Среднее Поволжье – г.Саратов. |

***Владельцы бизнеса/ имена/название компаний.***

|  |
| --- |
| Определяются в перспективе развития бизнеса. На первом этапе выступаю как физическое лицо. |

***Номер телефона.***

|  |
| --- |
| +7 961 695 12 85 |

***Адрес электронной почты.***

|  |
| --- |
| E-mail: [inokenty67@mail.ru](mailto:inokenty67@mail.ru) |

***Моя личная цель в проекте.***

|  |
| --- |
| Собственный бизнес / долгосрочное партнерство / стабильное благосостояние. |

***Уровень моей квалификации и подготовки.***

|  |
| --- |
| Опыт работы по профилю (ресторанный бизнес) на руководящих должностях 17 лет.  Весь опыт отражен в резюме и портфолио. |

#### *Мои стратегические инициативы.*

|  |
| --- |
| * Открыть сеть гастрономических кафе-кулинарии (аналог «Фабрика Кухни»). Не менее **10 объектов**. * Создать сеть ресторанов с оригинальной концепцией каждый. **7 предприятий**. * Возвести и открыть частный гостиничный комплекс. **2 объекта**. * Открыть дизайн – студию для ресторанного бизнеса. * Организовать производство собственной продукции (производство продуктов питания и сырья для ресторанного бизнеса и торговых точек). * Создать Управляющую Компанию по направлению бизнеса (ресторанный). * Выйти с программой на другие регионы. |

#### *Основные действующие лица проекта – ключевые фигуры проектов.*

|  |
| --- |
| * Инициатор программы. * Директор организации (если это не ИП). * Гл.бухгалтер. * Экономист. * Управляющий предприятем. * Специалист по персоналу и сервису. * Офис-менеджер (кадровик). * Шеф-Повар. * Бренд-шеф (в случае создания сети предприятий). * Заведующий производством. * Технолог. * Технический директор (специалист по инженерингу и тех.обеспечению). * Специалист по маркетингу. * Логист. * Юрист.  Руководитель дизайн-студии. |

***Мои помощники и единомышленники.***

|  |
| --- |
| Опыт моих единомышленников и помощников в бизнесе приобретен непосредственно на практике под моим началом. Как правило, беру на работу человека без опыта на основании тестирования и личного общения с кандидатом. По необходимости проходят обучение в других регионах страны на предприятиях более высокого уровня, и с оригинальным подходом в работе предприятия. Каждый выполняет свои функции, определенные мною в соответствии с кадровой структурой. Каждый стремится стать партнером в бизнесе, поступательно поднимаясь по карьерной лестнице. Каждый имеет понятие об уровне ответственности при своей занимаемой должности. |

***Ключевые характеристики, которыми наделены члены команды проекта.***

|  |
| --- |
| Самодисциплинированность, самоотдача работе, требовательность к подчиненным, являться примером для подражания, осмысленная смелость в принятии решений, настрой коллектива на результат. Отсутствие послаблений подчиненным в выполнинии своих непосредственных обязаностей. Обоснованная инициатива с пониманием о вытекающих последствиях. Профессионализм. Желание всегда повышать свой уровень образования. Целеустремленность. Умение организовать подчиненных. |

#### *Практикуемый стиль работы компании.*

|  |
| --- |
| Я применяю следущие критерии в управлении всем механизмом взаимодействий как подразделений, так и каждого сотрудника индивидуально:  - посвящение сотрудника в идеологию концепта предприятий;  - разъяснение ему о круге выполняемых обязанностей;  - мотивация сотрудника, перспектива роста по карьере;  - нематериальное поощрение сотрудника, т.е. создание здоровой атмосферы на рабочем месте;  - контроль за качеством выполняемой сотрудником работы;  - самый главный фактор во взаимодействиях всех подразделений и каждого сотрудника могу выделить следующее: осознание своего предназанчения на проектах, понимание конечной цели – результат работы как всей компании, так и индивидульный интерес самого сотрудника. Также понимание каждого, чтобы получить результат, иногда приходится жертвовать временем, семьей, делать работу не по прямому своему назначению (имеется ввиду взаимозаменяемость). Дух команды. |

***Система вознаграждения команды проекта.***

|  |
| --- |
| Базовый оклад + процент от оборота (или прибыли). Вознаграждение по-месячно разделяется на две части. По итогам года начисляется премия. Дополнительно могут предоставляться льготы, бонусы, другие поощрительные программы. |

**ЧАСТЬ 2**

***Наименование инвестиционного проекта***

|  |
| --- |
| * Развитие гостиничного бизнеса. * Развитие ресторанного бизнеса. * Обеспечение населения качественной сферой услуг в области общественного питания. * Предложение населению высококультурного досуга. * Производство собственной продукции для точек общественного питания. |

#### Факторы, способствующие выполнению планов.

#### Инвестор должен четко представить конечный результат от реализации проектов.

|  |
| --- |
| * Наличие инвестиций, достаточных объемом для продвижения проектов. * Своевременность принятия решения по воплощению проектов (финансирование, налаичие площади под проект). * Экономическое обоснование вложений и график их возврата. * Грамотное определение географического положения объектов. * Аргументированно выбранное направление бизнеса, основанное на социуме потенциального потребителя (концепт). * Наличие административных ресурсов. * В кратчайший срок погашение рисков по инвестициям (возврат инвестиций). * Присутствие доверительных отношений сторон – участников проекта (прозрачность отношений). * Отсутствие человеческого фактора, мешающего воплощению и реализации проектов. * Поэтапность реализации проектов. * Перспектива развития программы.  Интерес инвестора - 70% от прибыли. Интерес инициатора – 30% от прибыли. |

#### *Описание бизнес - проекта*

|  |
| --- |
| * Сама идея создания оригинальных решений в ресторанном бизнесе в нашем регионе (непосредственно в г.Волгограде) создана мной на опыте предыдущих моих проектов, которые начиная с 2000-го года, работают по сей день, и приносят своим владельцам неплохие дивиденды. Каждый проект по-своему оригинален, не похож не только на конкурирующие предприятия, но и на самих себя. Это непосредственно лично мой подход в данном направлении ресторанного бизнеса. Схожесть этих проектов только в одном – грамотноая организация всех процессов жизнедеятельности предприятий. Тем не менее, каждый проект имеет свое лицо, своего клиента, конкурентно-спобный, и на слуху потребителя данного направления. * Описывать идею планируемых предприятий не имеет смысла, так как, порою сама идя может измениться в процессе проектно-изыскательских мероприятий. Иногда само помещение может продиктовать создание концепции, не говоря уже о месте нахождения помещения, состава инфраструктуры, соц- и бизнес-структуры районов города.   За время работы в ресторанном бизнесе могу сделать следующие выводы:   * Рестораны выживают в любые периоды политической и экономически нестабильной обстановке нашей страны. История ресторанного бизнеса показывает правоту моих высказываний. * Ресторанная жизнь на месте не стоит, развивается, становится более насыщенной и яркой. Клиенту нравится как непохожесть проектов, так и однородность концепций, если к тому же эти концепции оправданы качественной работой. Клиент знает, что будь он в далеке от своего дома, или непосредственно рядом, и прийдя в сетевой бренд, он получит такое же одинкаво высокое качество во всем – будь то кухня, или сервис. Также ресторанную жизнь инетреснее делает конкуренция. Если владельца устраивает результат от деятельности предприятия, и он успокаивается, то я считаю это началом конца предприятия. * К кулинарии же я подошел с точки зрения более востребованного продукта нежели ресстораны, так как, если в ресторан потребитель еще подумает идти, то в кулинарию зайдет обязательно. Это обусловленно ритмом жизни, но в то же время качеством предлагаемых изделий. Кулинарию также считаю отличным проектом, и присваиваю ему статус «Ресторан на вынос» (или «Домашний ресторна», «Ресторан у вас дома» - как Вам будет удобоваримо воспринимать). Себестоимость кулинарии меньше, и оборачваемость более быстрая нежели в ресторанной экономике. * Гостиничный бизнес считаю самым экономически выгодным по показателям, и более долговечным, чем, скажем ресторанный бизнес, или общепит в целом. Но этот бизнес более объемный по инвестициям, к нему я подхожу тактично и планомерно. * Перспектива развития программы актуальна на сегодня, так как г.Волгоград становится участником Чемпиноата Мира по футболу в 2018г. |

#### *Миссия проекта.*

|  |
| --- |
| То, чем я занимаюсь на протяжении последнего времени, могу обозначить одной фразой: ***Ресторан – это произведение искусства.***  Если опустить творческие акценты моих мероприятий по осуществлению проектов за последнее десятилетие, имеет смысл разговор вести на языке цифр, и, как я думаю, инвестору будет инетресен любой проект в рамках закона, если он приносит прибыль.  Но, может быть повторюсь, пока существует необходимость человеку общаться, ресторанный бизнес будет востребован всегда. А если в нем еще и вкусно кормят, и располагающая обстановка, успех предприятию обеспечен.  ***«Еда, это не роскошь, а жизненная необходимость…»*** |

***Философия менеджмента компании.***

|  |
| --- |
| Каждому участнику проектов соответствовать выстроенной схеме (системе) кадровой структуры – **пирамиде единоначалия**. И каждая ячейка этой структуры, т.е. субъект, понимает свое предназначение, для чего он попал именно в этот бизнес. |

#### *Главные цели инвестиционного проекта.*

|  |
| --- |
| * Цель всех моих замыслов и проектов выражается в одном определении – деньги должны производить другие деньги, более весомые по объему, чем вложения. Капитализация. Достижение результата - прибыль в максимально сжатые сроки.  Первичный результат, это когда исполнитель (инициатор) проекта внес окончательную сумму (возврат денежных средств инвестору) по вложениям на осуществление какой-либо программы (проекта), в соответствии с графиками погашений и развития.Основной результат - Стабильные дивиденды на всем протяжении жизнедеятельности проектов. |

***Тактика проекта, которая приведет к достижению стоящих перед проектом целей.***

|  |
| --- |
| Тактику проекта можно изложить в виде некоего алгоритма действий: от кафе-кулинарии до сети ресторанов и гостиниц:  После определения объема инвестиций на реализацию моей программы, можно идвидуально рассмотреть каждый проект. Вариант поэтапности (пошаговое воплощение программы): |
| **1.КАФЕ - КУЛИНАРИЯ:**   * Поиск помещения. Местонахождение, инфраструктура, необходимая площадь под рассматриваемый проект. **ОБСЛЕДОВАНИЕ ТЕРРИТОРИИ.** * Наличие помещения, приспособленного под точку общественного питания, его географическое положение относительно густонаселенности, бизнес- и соц-структур города, его технические характеристики, цена аренды. **ПОМЕЩЕНИЕ**. * Определение концепции предприятия. **КОНЦЕПТ**. * Проектно-изыскательские работы – создание проекта. **ПРОЕКТ.** * Осмечивание проекта: расчет бюджета на возведение, перечень работ и других затрат, необходимых для продвижения данного проекта. **СМЕТА**. * Формирование организации, определение правовой формы деятельности этой организаии. Состав участников организации, их функции. **ФОРМИРОВАНИЕ ПРАВОВОЙ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ.** * Определяется график работ и оснащения будущего заведения необходимым оборудованием. **ГРАФИК РАБОТ.** * Определяется график финансирования работ и закупа оборудования. **ГРАФИК ФИНАНСИРОВАНИЯ.** * Расчет экономики будущего предприятия до состояния прибыльности**. ЭКОНОМИКА**. * Определение графика выхода предприятия на расчитанную экономическую мощность. **ПЛАН ВЫХОДА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ.** * Реализация проекта в действии, работы по возведению предприятия – ремонт, оснащение необходимым оборудованием. **ВОПЛОЩЕНИЕ ПРОЕКТА.** * План организации работы заведеня: подготовительный этап – набор и обучение персонала, создание медиа-плана на «раскрутку» предприятия, пуско-наладочные работы. **ПОДГОТОВИТЕЛЬНЫЕ РАБОТЫ ДЛЯ ОТКРЫТИЯ КУЛИНАРИИ**. * Рабочий запуск предприятия, открытие кулинарии. **НАЧАЛО РАБОТЫ КУЛИНАРИИ**. Здесь необходимо сделать акцент на то, что открытие заведения происходит без рекламы-оповещения населения о появлении данного предприятия в городе. Так как после запуска и начала работы выявляются некоторые недоработки в техническом оснащении и в организационных моментах («притирка агрегатов»). * После «обкатки» предприятия определяется официальное открытие заведения, запускается медиа-план в действие. Предприятие работает в режиме экономической картины проекта. Работа предприятия. **ОКУПАЕМОСТЬ ВЛОЖЕНИЙ**. * Данный проект рассматривается как «пилотный». По истечении 6 месяцев работы предприятия со дня открытия будет произведен анализ работы, и определится тенденция успешности проекта. После чего инвестор сможет сделать вывод о целесообразности воплощения всей моей программы развития ресторанного бизнеса в целом в нашем регионе**. ПЕРСПЕКТИВА.** |
| **2.РЕСТОРАН** (можно рассматривать параллельно проекту 1): воплощение проекта данного статуса предприятия аналогично проекту «КАФЕ – КУЛИНАРИЯ». Единственно стоит отметить только разницу в объемах инвестирования, периодах возведения, «раскрутки» предприятия, и выхода объекта на расчетную экономическую мощность. |
| 3.По истечению 12 месяцев работы проектов 1 и 2, и проведения анализа работы предприятий, экономических показателей, можно переходить к следующему этапу развития предлагаемой программы развития ресторанного бизнеса. Параллельно создать **ДИЗАЙН – СТУДИЮ** непосредственно под сеть предприятий. |
| **4.ДИЗАЙН – СТУДИЯ:**  Деятельность дизайн-студии направлена не только на создание собственных предприятий, но и на привлечение потенциальных заказчиков со стороны. |
| **5.СЕСТЬ КАФЕ – КУЛИНАРИЙ и РЕСТОРАНОВ**. |
| 6.По реализации проектов ресторанного бизнеса, положительных показателей от деятельности предприятий данного напрпавления, можно плавно переходить к реализации следующего проекта – **ЧАСТНАЯ ГОСТИНИЦА**. |
| 7.При продвижении проектов, обозначенных в пункте «5», появится необходимость в организации произовдства собственной материально-технической базы, производства собственной продукции, что снижает себестоимость предприятий, и положительно скажется на экономике всей программы в целом - **ПРОИЗВОДСТВО**. |

#### *Масштаб проекта, границы проекта.*

|  |
| --- |
| От открытия кулинарии в городе, до освоения бизнеса в других регионах страны.  Для г.Волгограда достаточно иметь кулинарий в количестве 10 предприятий, ресторанов – 7. Частных гостиниц достаточно возвести 2.  Далее определяется жизнеспособность, срок существования кождого предприятия в зависимости от способности и возможности каждого объекта обновляться, держать уровень качества продаваемой продукции и уровня сервиса как можно продолжительное время.  Для информации:   * Волгоград стал участником проведения Чемпионата Мира по футболу в 2018г., что конечно, станет интересным для ресторанно-гостиничного бизнеса. * Я, как исполнитель программы, при грамотной организации всех процессов, способен одновременно вести несколько проектов в городе. * При определении, что все проекты в нашем городе работают отлаженно, без сбоев, приносят прибыль, бизнес планомерно можно переносить в другие регионы. Здесь хочу отметить ЮФО: г.Крансодар и г.Ростов-на-Дону. В этих регионах уровень жизни населения намного выше, чем г.Волгограда, бизнес-структурам дают возможность реализовывать свои планы. Поэтому, в перспективе, в ближайшем будущем обязательно буду рассматривать данные регионы для реализации себя как бизнесмена. |

***Преобладающие культурные нормы в проекте.***

|  |
| --- |
| Вести дела в рамках закона, в соответствии с нормативной документацией по напрпавлению бизнеса, соблюдать цивилизованные формы взаимоотношений как на уровне партнеров, руководителей предприятий, так и с подчиненными. Быть лидером на рынке в напрпавлении бизнеса. Стать эталоном в направлении бизнеса в регионе. Быть оригиналом, примером для подражания. |

#### *План проекта в формате «ПИЛОТНЫЙ».*

|  |
| --- |
| Бюджет. Прибыль. Сроки окупаемости. 1.Возведение 1-го гастрономического кафе-кулинарии:   * Время возведения - 2,5 месяца. * Стоимость проекта – 7 млн.руб. * Прибыль за 1 месяц – 300 тыс.руб. * Окупаемость со дня открытия - 24 месяца (2 года).   2.Возведение 1-го ресторана:   * Время возведения – 6 месяцев. * Стоимость проекта – 20 млн.руб. * Прибыль за 1 месяц – 700 тыс.руб. * Прибыль за 1 год – 4,9 млн.руб.  Срок окупаемости – 30 месяцев (2,5 года).План формата объемом всей программы одновременно изложено в приложении в файле формата Excel под названием «РАСЧЕТ ЭКОНОМИКИ ПРОГАММЫ». |

***Календарный план работ по проекту.***

|  |
| --- |
| Возведение точек общественного питания зависит от подготовленности помещения. Практика показывает, что предприятие можно открыть через **2 месяца**, но также и через **6 месяцев** со дня подписания договора по аренде. Также немало важный критерий, это своевременное финансирование, что отражается на времени возведения предприятия. Для «пилотного» проекта изложил в пункте «ПЛАН ПРОЕКТА». Дальнейший план развития всей программы будет зависеть от развития этих предприятий. |

***Что представляет собой структура организации.***

|  |
| --- |
| Могу предоставить в виде схематической таблицы кадровой структуры, которую применяю на практике. Прилагается вариант вида файла excel. (Вариант применяется к ресторанному бизнесу). |

#### *Ресурсы проекта.*

Совокупность условий, которые дают возможность реализовать цели проекта

|  |
| --- |
| * Платежеспособность населения. * Менталитет населения (дает почву для определения грамотного концепта). * Сегмент рынка, целевая аудитроия, на которую направлен бизнес. * Наличие объема инвестиций. Своевременность финансирования. * Объект для проекта (площадь), его географичекое положение. * Отсутствие катаклизмов. * Правильный маркетинговый ход. * Угаданный концепт, в соответсвтии с конъюктурой рынка региона. * Грамотный экономический расчет. * Административный ресурс (имеется). |

#### *Мои варианты эффективности проектов.*

#### Экономика бизнеса рассматривается на арендованных площадях.

|  |
| --- |
| Удачно сложившаяся экономика предприятий в ресторанном бизнесе прибыль составляет не менее **25%** годовых. На моих проектах до 2008г. прибыль составляла **30%**. Критичной цифрой прибыльности можно считать от **20%** и ниже. |

***Системы контроля проекта.***

|  |
| --- |
| * Личный контроль инициатора проетка. * Контроль инвестора (на любом этапе и в любой преиод, не мешая реализации проекта). В том числе удаленный контроль, в формате он-лайн (сегодня IT-технологии позволяют это воплотить без труда). * Помимо бухгалтерской отчетности перед инвестором, по разработанной своей форме предоставляю управленческий отчет. * Также, на протяжении всей деятельности в каждом предприятии существует отлаженная система автоматизированного контроля за работой объекта (програмное обеспечение по контролю всех производственных циклов: складской, бухгалтерский учет; видеонаблюдение, дистанционный эл.ключ, и т.д). |

#### *Способности («фишка») проектов.*

|  |
| --- |
| * Все мои воплощенные проекты отличаются своей оригинальностью в позиционировании направления бизнеса, граммотной организацией всех процессов жизнедеятельности предприятий, в целевом назначении самой идеологии предприятий, в средневзвешенном соотношении цены к качеству. * Я применяю не только стандарты этого бизнеса, но также секреты моральных приемов своей работы. * Все новые идеи в нашем городе воспринимаются на «ура». Но открыть хорошее заведение – мало, труднее его удержать на протяжении продолжительного времени. * Над снижением издержек работаю на протяжении всей жизнедеятельности предприятия. Но, иногда предельное снижение приводит порой к снижению качества продукции. Здесь к этому вопросу я подхожу всегда взвешенно, опять же повторюсь – все должно быть пропорционально обоснованно: цена – качество. Экономику также стоит отслеживать. Так например увеличение цен на сырье в сезонность продаж должно отражаться на наценке продукции при реализации. * В моем предложении я также отражаю перспективу развития этой отрасли бизнеса на другие регионы страны. Думаю, при удачном стечении обстоятельств по воплощению проектов и реализации данной программы, мы сможем быть конкурентноспособны и на южном направлении, в таких городах, как Ростов-на-Донй, Краснодар, Ставрополь. В этих городах направление ресторанно-гостиничного бизнеса еще более востребовано, платежеспособность населения выше, и, учитывая наличие конкурирующих организаций можно также осваивать территории региона.   Сама «ФИШКА» существует на каждом проекте. Это больше творческий аспект бизнеса + нестандарнтые формы организации управления предприятиями + оригинальная подача клиенту продукции. Но самая главная «фишка» в ресторанном деле, это способность индивидуально, каждого клиента сделать сособой личностью в момент его нахождения в данном заведении. И эти аспекты стоит рассматривать применяя к каждому предприятию.  Основной «фишкой» своих проектов считаю оригинальной подачей самих идей заведений. Приведу пример по кулинарии и ресторану.   * **КУЛИНАРИЯ**. Как таковое предприятие - «кулинария», которое отеждествляется и ассоциируется в умах волгоградцев, должно преобразоваться, видоизмениться. Я пытаюсь создать не столько кулинарию, но как «ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ КАФЕ-КУЛИНАРИЯ» (в Волгограде предприятий такого статуса не существует). То есть, с элементами работы и реализации продукции по канонам кулинарии, показать на открытом для обозрения пространстве, как готовится продукция. Здесь потребителю предоставляется возможность увидеть, как непосредственно на его глазах создается продукция. Основной идеей считаю, что нужно добиться доверительного отношения покупателя к мастеру, который готовит эту продукцию. Покупатель видит чистоту производственных площадей, свежие продукты из холодильных камер, опрятных поваров, вымотую посуду и принадлежности для заготовок продукции, и т.д. Такого проекта в Волгограде на сегодня нет. * **РЕСТОРАН.** Статус этому предприятию определяю как «FOOL BAR». Опять же, изменить представление нашего жителя о заведениях в ресторанном бизнесе, и не всегда понятных для обывателя ресторанной жизни.   Небольшой экскурс по ментальности нашего города. Дело в том, что, порой потребитель не понимает, куда он попал, то есть, в какое именно заведение, не может определить направление, статус заведения. Реклама предприятия приглашает посетить «ресторан» с громким и пафосным названием, а в реалии это обычное кафе, иногда закусочная, что отражается в документации, находящейся при входе в заведение. Не говоря уже об отсутсвии гардероба, скатертей на столах, не соответствие не только профессиональных качеств персонала, но даже непосредственно необходимого наличия некоторых должностных лиц (например, на входе - того же «хостес»). Я не описываю качество кухни таких предприятий. Или под названием «БАР» можно попасть в диско-клуб. Продолжать описывать несоответствие направлений и видов деятельности предприятий не вижу смысла – займет много места в анкете.  Поэтому необходимо грамотно ориентировать потенциального потребителя. Настоящий ресторан, который соответствовал бы всем канонам ресторанного бизнеса, создавать в Волгограде не вижу смысла. На мой взгляд город по-настоящему не готов к появлению такого рода заведения: нет должной высокой культуры. Наверное существует только 0,1% настоящих гурманов из всей клиентской базы посетителей ресторанной жизни (что может отрицательно сказаться на экономике предприятия), нет достоточного количества платежеспособного населения для наполнения такого рода заведения.  «FOOL BAR», но ткаже есть альтернатива по статусу, например «ГАСТРО-ПАБ», именно появление заведений такого направления ждет потенциальный потребитель. Особенность таких предприятий заключается в следующем: также, как и в «ГАСТРО-КАФЕ» презентабельность подачи продукции, доверие клиента повару (открытая производственная площадка), демократичная, но в то же время уютная обстановка для времяпрепровождения клиента в заведении, демократичные цены, сервис качественный, и в то же врмя без претензий. В общем – «ЗОЛОТАЯ СЕРЕДИНА» ресторанного бизнеса нашего города. На своей практике именно такого рода заведения были мною открыты, и действуют по настоящее время. Считаю, что именно это необходимо нашему клиенту (не говоря о том, что непосредственно такие пожелания слышу от клиентов заведений). Потребитель хочет получить максимальное удовольствие от посещения подобных заведений, он готов платить за созданную атмосферу, классную кухню, оригинальный интерьер, и прийти еще не раз туда.  «FOOL BAR» - это промежуточный статус предприятия, между баром и рестораном. Здесь хороший ассортимент алкогольной продукции, и большой выбор кулинарных изделий (свежей качественной продукции «из-под ножа повара»).  «ФИШКА» также включает в себя «ИЗЮМИНКУ» самой идеи, концепции, а ткаже уникальность в подходе по управлению персоналом предприятия. |

#### *Отличительные особенности проектов программы.*

|  |
| --- |
| Отличительные особенности, отличающие меня от конкурентов:   * На первое место ставлю оригинальность (непохожесть) концепций для г.Волгограда. Клиент обязательно идет на новизну. * Средний чек, способный привлечь ту основную (большую) часть населения, которая определяется как «средний класс», что способствует выполнению экономических расчетов. Гибкость среднеко чека (например в периоды кризиса и катаклизмов экономики страны). В такие моменты, перемещаются прослойки населения, идет некая миграция клиентов по заведениям. * Грамотное наполнение (количесвто посетителей) заведений. Не должно быть мало, и не должно быть перенаполнение помещения – психологические особенности населения. * Ассортимент предлагаемой продукции. Постоянное обновление ассортимента. * Методика и принципы руководства персоналом, уникальный подход в управлении, что также отражается на восприятии потребителем, и способность как удержать длительное время клиента, так и привлечь нового потребителя. * Удобное месторасположение объекта (инфраструктура, социальная и бизнес- структуры вокруг предприятия). Рамзещение на людских потоках (как пешеходных, так и транспортных) непосредственно рядом с заведнием. * Удобоваримый к восприятию и привлекающий внимание потребителя бренд предприятия. * Распротстранение бренда в формате сетевых предприятий, что положительно скажется на экономике (прибыль), и уменьшение затрат на рекламу узнаваемость бренда. |

#### *Кто будет являться или уже является клиентами компании.*

|  |
| --- |
| Потребитель моих проектов, это разные социальные прослойки населения. Потребитель кулинарий или ресторанов отличается по платежеспособности относительно формата и сферы услуг. Потенциальный сегмент рынка определяется также и по возрастным критериям потребителя для разного статуса предприятий. Для кулинарии: от 10 до 70 лет. Для ресторанного бизнеса 25 – 65 лет.  Для потребителя (клиента) кулинарий важен свежий и презентабельный вид продукции, так как вся выкладка товара находится непосредственно в торговой части предприятия. Важна грамотная, в соответствии с маркетинговыми приемами торговли, подача товара. Ценообразование определяется как по статусу предприятия, так и по месту расположения предприятия. К центру города средний чек выше, нежели на переферии города. Основной критерий успеха кулинарии, это местоположение. Чем ближе кулинария находится к основному потоку (как пешеходов, так и транспорта), т.е. я называю это «сахаром на муравейной тропе», тем прибыльнее предприятие. Также покупателю будет приятно посидеть на территории кулинарии в специально отведенном пространстве, чтобы продегустировать продукцию, уталить за короткое время голод, насладиться интерьером предприятия. Самые главные требования потребителя кулинарии, это достаточно большой выбор продукции, свежесть, удобный и малогабаритный контейнер, чтобы была возможность комфортно взять продукцию с собой. Но основным критерием выделяю ценник продукта. Для клиента ресторана важно получить именно то, зачем он пришел в ресторан. На первом месте – общая атмосфера заведения, как клиента встретили и проводили. Остальное создает «фундамент» этого бизнеса – качество кухни и сервиса. «Последняя ложка супа, как первая, должна быть одинаково вкусной». Кухня ресторана определяется более свежими продуктами, по сравнению с кулинарией. В обиходе это называется «из под ножа повара». Также в ресторанном бизнесе определилась тенденция по классификации клиента: для одного – это обычное будничное посещение высококлассного заведения, для другого – событие (редко посещаемое). Средний чек соответственно отличается от чека в кулинарии. В моем понятии и в требованиях к персоналу – в ресторане продается не только произведения кулинарного искусства, но и настроение. |

***Кто будет является основной удовлетворенной стороной при реализации проекта во времени?***

|  |
| --- |
| * Инвестор * Исполнитель проекта * Потребитель |

#### *Потенциальные конкуренты в направлении бизнеса.*

Сильные и слабые стороны конкурентов.Позиция конкурентов. Привлекательность нашего рынка

|  |
| --- |
| Сильные стороны:   * Наличие средств, достаточного объема инвестиций для воплощения своих замыслов. Административные ресурсы. * Возможность, опять же через административные ресусрсы, приобретать (брать в аренду) выгодно расположенные объекты. Удачное расположение в зонах платежеспособного клиента (обычно, это центр города, ТРК). * Наличие своей материально-сырьевой и технической базы для ведения бизнеса, что в конечном результате положительно отражается на себестоимости продукции. * Иногда оригинальные решения концептов заведений. * Неплохая кухня, сервис. * Возможность быть интересным для посетителей предложением шоу-рограмм путем привлечений известных звезд как отчественных, так и зарубежных.   Слабые стороны (мое личное субъективное мнение):   * Пафосность заведений, что порой отпугивает часть населения. Потребителю нашего города больше нравятся демократичные заведения. Настоящих гурманов блюд и ценителей интерьерной части заведения не так много. * Неправильная, не угаданная тема заведения (концепт) для нашего города. Не все идеи срабатывают. Многие владельцы пытаются перенести в свои заведения европейские стандарты, не учитывают ментальность жителя нашего города. Мне порой самому приходилось отказываться от хороших замыслов, идей, которые увидел в других городах нашей страны. * Слабая организация работы персонала (в части сервиса). Недостаточно искушенная кухня. Необоснованно высокий средний чек (не соответствует уровню предприятия). * Не интересный концепт заведения. Нет уюта, не создана атмосфера для комфортного времяпрепровождения клиенту. * Удаленность от места постоянной дислокации клиента. * Неудобное размещение автотранспорта непосредственно возле заведения. * Порой надменность в поведении владельцев, или управляющего по отношению к гостям заведений.   Позиционирование конкурентов:  На мой взгляд часто конкуренты занимаются плагиатом в своем же городе, что не придает им привлекательности.  Что касается привлекательности на нашем рынке в ресторанном бизнесе, то здесь можно ответить словами самого клиента: «Мало хороших мест, где можно с удовольствием отдохнуть.». Что означает, есть над чем работать, есть возможность реализовать свои идеи, и быть конкурентноспособным на рынке. Здесь уверенно могу заявить о своих оргинальных замыслах. А сам «фундамент» этого бизнеса - сервис, и кухня, уверенно могу поставить на должный высокий уровень. Опыт в этом вопросе имеется. |

#### *Объем, требуемого финансирования в форме кредита или инвестиций.*

Объем финансирования требуется Вам для создания образца (прототипа) продукта или бизнес процесса, который можно было бы запустить в опытную эксплуатацию для проверки его коммерческого успеха. На что будут потрачены эти средства.

|  |
| --- |
| **ГАСТРОНОМИЧЕСКОЕ КАФЕ-КУЛИНАРИЯ.**   * Общий объем инвестирования составляет 7,0 млн.руб. (175 000 евро). * 1,7млн.руб. – технологическое оборудование (оснащение производственных и торговых площадей). Все оборудование работает на электричестве. * 20тыс.руб. – оформление правовой формы организации. * 1млн.руб. – ремонтно-отделочные работы, включая материал (производственные площади, интерьер торговой части, входная группа, фасад). * 1,2млн.руб. – реконструкция вентиляционной системы (приточно-вытяжная). * 250тыс.руб. вывеска на фасаде. * 600тыс.руб. – столярные изделия интерьера + мебель для посадки. * 350тыс.руб. – програмное обеспечение учетного подразделения + орг.техника. * 400тыс.руб. – закуп стартовой продукции (товар). * 200тыс.руб. – посуда + столовые приборы. * 100тыс.руб. – закуп хоз.товара + предметов тех.обслуживания + канц.принадлежностей. * 400тыс.руб. – аренда помещения за 2 месяца (1 месяц – возведение предприятия, 1 месяц – начало работы заведения). * 150тыс.руб. – комунальные платежи за 3 месяца деятельности предприятия с момента начала всех видов работ. * 150тыс.руб. – фонд зарплаты на период ремонтных работ. * 500тыс.руб. – фонд зарплаты сотрудников предприятия после открытия в течении 2-х месяцев (период выхода экономики предприятия на точку безубыточности) . * 100тыс.руб. – рекламный материал + реклама предприятия на 2-й месяц работы после открытия. * 100 тыс.руб. – видео-звуковоая техника. * 50тыс.руб. – непредвиденные расходы.   Под кафе-кулинарию помещение находится в центре города, общей площадью 170 кв.м. (85/85 кв.м.), имеется договоренность по аренде сроком от 7 до 10 лет, регистрация договора аренды в УФРС. Арендная ставка б/комунальных платежей – 200 тыс.руб./мес. (1177 руб./кв.м.). Экономия вложений учитывает подготовленность помещения под общественное питание (инженерия: комуникации, вентиляция, энергоснабжение). В интерьерной части не требуется капитального ремонта и реконструкции (косметический ремонт) – бывшее кафе. Не требуется согласований на открытие точки общественного питания (что ускорит запуск проекта). Время на возведение 1 – 1,5 месяца.  **ГАСТРО-ПАБ («FOOL BAR»):**   * Общий объем инвестирования составляет 19,6 млн.руб. (490 000 евро). * 350тыс.руб. – дизайн-проект (эскизный проект с детализацией). * 100тыс.руб. – оформление правовой формы организации. * 2,5млн.руб. – технологическое оборудование (оснащение производственных и торговых площадей). Все оборудование работает на электричестве. * 1,6млн.руб. – ремонтно-отделочные работы, включая материал (производственные площади, интерьер торговой части, входная группа, фасад). * 3,8млн.руб. – монтаж вентиляционной системы (приточно-вытяжная) + кондиционирование. * 2,5млн.руб. – столярные изделия интерьера + мебель для посадки. * 450тыс.руб. – вывеска (реклама непосредственно на фасаде). * 300тыс.руб. – програмное обеспечение учетного подразделения + орг.техника. * 600тыс.руб. – закуп стартовой продукции (товар). * 600тыс.руб. – посуда + столовые приборы. * 650тыс.руб. – програмное обеспечение учета + орг.техника. * 200тыс.руб. – закуп хоз.товара + предметов тех.обслуживания + канц.принадлежностей. * 2,6млн.руб. – аренда помещения за 6 месяцев (4 месяца – возведение предприятия, 2 месяца – начало работы заведения). * 600тыс.руб. – комунальные платежи за 6 месяцев деятельности предприятия с момента начала всех видов работ. * 50тыс.руб. – лицензия на алкогольно-табачную продукцию. * 700тыс.руб. – фонд зарплаты на период ремонтных работ. * 1 млн.руб. – фонд зарплаты сотрудников предприятия после открытия в течении 2-х месяцев (период выхода экономики предприятия на точку безубыточности) . * 250тыс.руб. – рекламный материал + реклама предприятия на 3-й месяц работы после открытия. * 400тыс.руб. – свето-видео-звуковая техника. * 300тыс.руб. – непредвиденные расходы.   Под ресторан помещение находится в центре города, общей площадью 480 кв.м. (300/180 кв.м.), имеется договоренность по аренде сроком до 10 лет, регистрация договора аренды в УФРС. Арендная ставка б/комунальных платежей – 432 тыс.руб./мес. (900 руб./кв.м.). Вложения направлены на полную перепланировку помещения под общественное питание, оснащение энергоносителями, технологическим оборудованием, и оборудованием, обеспечивающим все циклы жизнедеятельности предприятия (инженерия: комуникации, вентиляция, энергоснабжение). В интерьерной части не требуется капитального ремонта и реконструкции (косметический ремонт). Основательной реконструкции не требуется. Помещение относительно новое. Имеется также договоренность по «каникулам» аренды на период проектно-изыскательских и ремонтно-строительных работ. Время, отведенное на проект – 1 месяц, возведение предприятия 5 месяцев.  Более точные цифры по затратам образуются после проведения проектных работ, и осмечивания всех видов работ, детализации по оборудованию. |

#### *Сроки реализации проекта.*

|  |
| --- |
| 1.КАФЕ-КУЛИНАРИЯ:  Срок окупаемости вложений с момента открытия предприятия 24 месяца (2 года).  2.РЕСТОРАН:  Срок окупаемости вложений 30 месяцев (2,5 года), с момента запуска предприятия как точки общественного питания.  Также предоставлю график по-месячного выхода предприятий на точку безубыточности и прибыльности. |

#### *Мой личный вклад в инвестиционный проект.*

|  |
| --- |
| По предлагаемой программе развития ресторанно-гостиничного бизнеса исполнитель (кем и являюсь) вносит свой качественный труд, опыт, и организаторские способности, с осознанием полной ответственности за выполнение всех функций руководителя проектов. |

***Гарантии, которые готов предоставить инвестору.***

|  |
| --- |
| Только расчеты и непосредственно самоотдача работе. Исполнение взятых на себя обязательств по воплощению утвержденной программы. |

#### *Матрица ответственности.*

Механизм достижения консенсуса в отношении ответственности и отчетности. Кто принимает решения по поводу начала и окончания действия и каковы границы ответственности? Кто должен быть подключен к процессам принятия решений и выполнения действий в проекте? Кого следует ставить в известность о фактах принятия решений и выполнения действий по проекту?

|  |
| --- |
| * Как было правильно указано в одном из пунктов бизнес-плана, необходимо запустить сначала пилотные проекты, после чего появится четкое представление о перспективе всей программы. * Сам исполнитель имеет четкое и реальное представление о всей полноте ответственности за реализацию программы на «чужие» денежные средства. Поэтому, мне трудно отобразить иные взаимоотношения с инвестором, кроме как прозрачность, доверие, контроль (каким образом, выше было обозначено), причем периоды, график и механизм контроля устанавливает сам инвестор. Плотность и сложность вопросов меня не пугает. Предполагаю, что в процессе исполнения проектов (и тем более по мере поступления возвратных средств), частота контактов между сторонами (инвестор-исполнитель) будет уменьшаться. * Отчетность о проделанной работе устанавливается графиком. Также существуют разные схемы внеплановых проверок. * В уставах предприятий отражаются также полномочия тех или иных лиц по принятию решений. В моей практике, если я был отвтественным лицом в роли наемного сотрудника (будь то управляющий предприятием, или директор общества), нес ответственность в рамках закона и устава общества/предприятия. В партнерских отношениях, прежде чем принять серьезное, или глобальное решение (или где я сомневался), советовался с партнером. Но есть круг вопросов (и их большинство), по которым не стоит лишний раз беспокоить инвестора/партнера. Для этого существуют инструкции, обязательства, уставы. |

#### *Риски, связанные с инвестиционным проектом.*

Что может быть неправильным?Что может нам помешать достичь поставленных целей?  
Каков план действий по их устранению?

|  |
| --- |
| * Скоротечное и не обдуманное принятие решений по воплощению проекта. * Не продуманная идеология, концепт, не актуальность рассматриваемого проекта в соответствии с конъюктурой рынка на сегодня. * Ошибка в расчетах по затратам на возведение проекта, или в экономике. Но здесь хочу привести тезис из статьи известного на всю страну ресторатора А.Новикова: «Ресторанный бизнес просчитать невозможно. Ресторан живет и работает только на грани интуиции…». Это, конечно, риторика, но тем не менее, относительная истина существует. * Отсутствие понимания между сторонами, инвестор-исполнитель. * Мои методы решения сложных проблем:   1.Вспомнить, что невыполнимых задач по решению проблем, не существует. 2.Нормализовать свое внутреннее состояние души, прийти к спокойствию и равновесию.  3.Понять причину возникновения данной проблемы (найти предпосылки возникновения проблемы).  4.Решить для себя, насколько серьезная проблема: смогу ли решить эту проблему собственными силами, или путем привлечения сторонних сил.  5.Если проблему могу решить самостоятельно, создаю план своих действий; если проблема требует призвать стороннюю помощь, создаю коллегию (совет) – чтобы не усугубить создавшуюся ситуацию.  6.Оповещаю партнера/коллег/контрагентов по взаимодействиям в бизнесе, объясняю о причинах появления данной проблемы, рассказываю о планах по ликвидации проблемы.  7.Приступаю к выполнению намеченных планов по решению проблемы. |

**ЧАСТЬ 3**

***Мои личные достижения в жизни и в бизнесе.***

|  |
| --- |
| * Получил «второе высшее образование» непосредственно на практике, работая в ресторанном бизнесе. * Признание общества (нашего города) меня как достаточно грамотного ресторатора. * Статус руководителя высшего звена, статус партнера в собственном бизнесе. * Приобрел огромный опыт руководства предприятием, порой на личных ошибках, допущенных в период становления меня как руководителя. * Расширил кругозор по идеям для реализации их в жизни, которые на мой взгляд смогут быть успешными и приносить плоды в виде прибыли. * Уверенность в дествиях и принятии решений. * Умение сегодня прогнозировать бизнес.   Пример из практики: самый первый мой самостоятельный проект в г.Волгограде, бар «ТЕХАС», 2000г., где я выполнял роль идеолога, директора фирмы, партнера, а также управляющего баром, был воплощен мною вообще без расчетов, без экономических обоснований, и был возведен на кредитные средства. Проект оказался на удивление успешным, и существует по сей день. Но сегодня в такую авантюру ни за что бы не ввязался. В духе последних лет ресторанный бизнес изменился до неузнаваемости, выросла конкуренция, изменился клиент, и много факторов появилось, которые, если не учитывать, могут привести к плачевным результатам. |

***Успех, которым особенно горжусь.***

|  |
| --- |
| Ответ относительно вопросов по бизнесу:   * На мой взгляд УСПЕХ, это когда работа приносит моральное и материальное удовлетворение. * Горжусь своим успешным проектом в области ресторанного бизнеса, баром национальной украинской кухни. Период руководства проектом 2005 – 2008г.г.   Что касется успеха и гордости в личном плане – мои дети.  Из личной философии: УСПЕХ – это положительный результат от совокупно потраченной своей энергии и понесенных материальных затрат, результат, который не меняется в худшую сторону на всем протяжении оставшегося времени твоего жизненного пути, имеется ввиду стабильные мотивации и благосостояние. |

Если потенциального инвестора заинтересовало описание бизнес-плана, готов предоставить расчеты, схемы, и другие обоснования для продвижения проекта, реализации программы. Готов также ответить на все вопросы заказчика/инвестора, касающиеся данного предложения.

*С уважением,*

Инициатор проекта (исполнитель программы): **Валерий Ермилин, г.Волгоград**.

**+7 961 695 12 85. Апрель 2013г.**