**创业计划书**

项目名称：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

团队人员：

通讯地址：广东石油化工学院

日期：2017年3月25日

**保密须知**

本《创业计划书》内容属商业机密，所有权属于xx团队。所涉及的内容和资料只限于已签署投资意向的投资者使用。收到本计划书后，收件方应即刻确认，并遵守以下规定：

1. 在未取得xx团队的书面许可前，收件人不得将本计划书的内容全部或部分透露给他人。
2. 收件人若无意进行本计划书所述项目，请按上述地址尽快将本《创业计划书》完整退回。
3. 贵公司应将本《创业计划书》作为机密文件保存。

目录

**一、公司介绍...................................................................**

（一）公司名称

（二）公司性质

（三）经营理念

1. **人事及组织结构...................................................**

（一）公司结构

（二）公司组织结构中各部分的功能与职责

（三）股东名称及简历

（四）组织结构中各部分的人员配置情况及具体人员名单

（五）组织结构中各人员的具体工作时间

（六）员工管理、考核及奖惩制度

（七）团队强势分析

1. **市场分析.................................................................**

（一）市场现状及发展分析

（二）市场前景分析

（三）目标市场定位及目标市场

（四）市场竞争分析

（五）总体SWOT分析

**四、市场营销策划...................................................................**

（一）经营模式

（二）产品策略

（三）定价策略

（四）渠道策略

（五）促销策略

**五、财务分析...........................................**

（一）财务支出

（二）财务收入

1. 盈亏预估分析

**六、风险分析及效果评估.................**

（一）风险预测与解决方案

（二） 战略目标........................

**七、附录..................................**

附录1

附录2

1. **创业团队**
2. **团队介绍**
3. **公司性质**
4. **经营理念**

**二、人事及组织结构**

（一）公司结构

（二）公司组织结构中各部分的功能与职责

（三）股东名称及简历

（四）组织结构中各部分的人员配置情况及具体人员名单

（五）组织结构中各人员的具体工作时间

（六）员工管理、考核及奖惩制度

（七）团队强势分析

**三、市场分析**

**（一）市场现状及发展分析:**

**1.餐饮业竞争激烈，进入门槛低，潮汕美食小吃受到洋快餐等的挑战。当潮汕特色小吃店成立后，依靠统一的规范化服务甚至专利都不能形成足够高的门槛以限制竞争，所以店铺形象的塑造是始终贯彻在经营中的，只有形成自己独有的个性品牌，才能从文化、心理等非物质因素上形成自己的门槛，因此，拟建的潮汕特色美食 小吃店应本着档次高、卫生好、品种全、服务优的原则来建设。**

**2.闻其名而难寻其踪。在我国顶尖级的小吃竞赛场—中华名小吃认定会上，潮汕小吃已连续两届获得殊荣，至今，已有8个潮汕小吃获得“中华名小吃”金字招牌。与在潮汕各大超市经常能见到便于携带的粤式、上海、北方的小吃相比，潮汕特色小吃虽在潮汕本地随处可见，但因为店家不能够提供方便携带的包装使得我们在潮汕之外的地区很少能看见潮汕特色美味小吃，而在广州、深圳等大城市经营的潮汕小吃店却往往不够正宗。这说明潮汕小吃的产品化程度低，许多经营者的思想还停留在传统的小商小贩的经营模式上，缺乏现代营销观念，在宣传、包装、流通渠道等都相对滞后，以至于难以冲出潮汕，打入外地市场，拓宽经营渠道，形成规模效应。**

**3.现今人们关注绿色食物，支持健康饮食，而潮汕小吃自古以来就是“食不厌精，脍不厌细”，虽然做工精细、品种繁多，但却缺乏推陈出新，而且大多数的小吃都是以油炸煎炒为主，过于油腻，不够健康，所以我们应该以独特的风味和全新的健康理念吸引顾客，不断地推动潮汕小吃的创新与发展，为弘扬潮汕美食开辟更广阔的前景。**

**（二）市场前景分析：**

**1.潮菜清淡鲜美，不油不腻，有益保健，满足现代人口味，符 合世界饮食发展大潮流，这些特点显示了潮汕美食自成流派的文化内**

**涵，也体现了中华美食文化的传统精华，因而易得以在海外华侨人中广为传播，在世界各地风靡不衰。**  
  **2.随着生活水平的提高，人们对食品的要求将会越来越高。小吃符合人们“吃好、吃精”的要求及返朴归真的愿望。应当相信，小吃业这块蛋糕必将愈做愈大。  
 3.随着“旅游旺市”战略的实施，外地来潮游客将会增多。这是开拓小吃市场的一个良好契机。而且，小吃中的饼食类、腌制品类经过改良加工，完全有远销外地的可能。可以说，潮州小吃业——走出去，大有可为。  
 4.新城区小吃店分布稀少，仍有很大发展空间。但是，如果潮州小吃继续保持现状，不加改进，将会不断流失其原有顾客群。外地小吃的冲击，西点、面包店的竞争，将会对潮州小吃业产生很大的影响。潮州传统小吃的路该怎么走，依然很值得经营者、决策者思索。**

1. **目标市场定位及目标市场：**

**目标市场的定位：以干净、卫生、绿色、营养、健康、种类繁多、品种齐全、物美价廉、美味可口的小吃店，吸引周围消费者。**

**目标市场：学院旁边现有的消费群体以学生和闲散的市民为主，学生群体的饮食规律比较固定，主要是出于填饱肚子和简单方便为目的，如果认为潮汕小吃还可以的话，很有可能经常去消费，还会向同学和朋友们推荐。同时，学生们喜欢尝试一些新鲜的事物，因此潮汕小吃应该多开发一些新的好吃的食物去吸引学生，更要保障产品的质量、价格、服务态度等方面。**

**（四）市场竞争分析：**

**我们的销售渠道主要是固定门店、流动点和网上销售。流动点的竞争对象有小商小贩，固定门店的竞争对象有食堂、面包店、各种餐厅、超市、快餐店等，他们普遍存在着品种单一、口味不佳等问题，不能够很好的满足学生和周边居民的饮食需求，而网上销售则面对着品种繁多，价格不一，质量考验等的问题，现在我们对这些竞争对手进行分析：**

1. **小商小贩：卫生条件无法确保。**
2. **食堂：其优势是供应量大，距离学生住处近，具有品牌联想效应，只要一想到早餐、午餐、晚餐，学生们自然而然的就会想到食堂，所以，食堂多多少少具有垄断色彩，这是食堂最明显的优势，但是食堂也存在着各种不足，如品种单一、菜色单调、口味大众化、服务不周到、价格偏高等。**
3. **面包店：主要供应各种面包、豆浆，在时间的节省方面有一定的优势，但由于其长期没有更新品种，很多人都吃腻了，并且狭小的销售空间经常产生拥挤的现象。**
4. **各种餐厅：菜色虽好，但距离学校较远，地理位置存在明显缺陷，很少同学会舍近取远，故市场份额有限**
5. **超市：优势是可以买来存放于宿舍内，省去了去食堂、店里吃所需花费的时间，具有一定的便利性。但其目前较多的只有奶片、冷食（蛋黄派等烤焙食品）、速溶豆浆、牛奶、泡面等，而这些营养不足、口味单一、久吃必厌，导致没有长期客户。**
6. **网上其他小吃：与它们相比潮汕小吃出生贫贱，自然天成；材料简单，味道独特；秀色可餐，情趣盎然；注重养生，追求时尚。**
7. **总体SWOT分析**
8. **存在优势：**
9. **文化底蕴优势——潮汕小吃至始至终扎根于民间，它不依附于官文化、士大夫文化，从诞生之日起就以自然天成的姿态，顺应物竞天择适者生存的自然规律流传于民间，所以潮汕小吃富有乡士直白，乡土气息扑鼻，适合大众消费者的喜好。**
10. **产品定位优势——潮汕小吃产品为肉丸、肠粉、粿、饺、糕、粥等系列，种类繁多，可以满足各类同学的需求，且肠粉、粥等为充饥的基础食物，可视为早餐或宵夜等，满足大学生消费群体的基础需求。**
11. **选材、制作简单的优势——潮汕小吃以素为主，而少见鱼肉，选材简单，大都取材于随处可见的普通农作物（大米、番薯、蔬菜），却以独具一格的田园风味赢得都市人们的青睐，而且潮汕小吃的制作工艺相对简单易学。其价格也不会很高，在高校学生的可接受范围，所以适合在各大高校附近开连锁店。**
12. **自然低热量的优势——潮汕小吃崇尚自然，注重养生，人们在满足美食瘾的同时，大可不必为摄入过多的脂肪、热量等担心，符合现在大学生崇尚节食美体的生活观念。**
13. **清淡优势——潮汕小吃的烹饪方法多蒸煮符合广东消费者的饮食习惯。**
14. **区位优势——潮汕地区的人口众多，且遍布广东各个角落，经过他们的传播，很多非潮汕的人品尝后，对其赞不绝口，所以潮汕小吃在广东的市场很大。**
15. **存在劣势：**
16. **市场劣势——大多数商店对潮汕小吃品牌的保护意识不强，不正宗的潮汕小吃店林立，许多消费者分不清谁是正宗的。而且高校周边饮食店多，各种餐饮俱全，因此竞争强烈，市场占有率低。**
17. **自身劣势——潮汕小吃的产品化程度较低，许多经营者的思想仍停留在传统的小商小贩的经营模式上，缺乏现代营销观念，质量控制不严格，有的时候存在以次充好的现象。在宣传、包装、流通渠道等方面都相对滞后，以至于难以冲出潮汕，打入外地市场，拓宽经营渠道，形成规模效应。**
18. **当消费者来到潮汕小吃店时，往往里面杂乱无章，而且很多店面里的桌子油渍较多。大学生消费群体是比较注重饮食环境卫生的，因此，卫生状况是首要要得到解决的问题之一。**
19. **经营者文化素质较低的劣势——经营者在营销活动中缺乏统一的规划，一定程度上带有随意性，选材有时会用较差、较便宜的材料，被消费者发现后对本店的管理会产生不良影响。**
20. **潮汕小吃由于多带汤、汁，且利润相对正餐比较少，所以不适合配备送餐服务。但是高校里有许多宅男宅女都倾向于点外卖，因此潮汕小吃会失去一部分市场。**
21. **机会：**
22. **广东在校大学生的人数众多，潜在的消费者数量巨大，所以潮汕小吃的广东高校市场很大。**
23. **校园社团组织较多，聚会的人数较多，次数较频繁。而潮汕小吃既美味又实惠，易为大学生接受，所以可作为集会场所。并且由于高校校内饭堂开饭和关闭时间较早，许多大学生有吃夜宵的习惯，但他们又不想吃得太多，怕肥胖，而潮汕小吃吃得精细的优点符合他们的要求。**
24. **学生有喜欢尝试新鲜事物的特点，当对饭堂的一成不变的饭菜感到厌倦时，加上大多高校坐落于较偏僻的市郊区，交通不便，所以他们就会到校内或者旁边的其他商店吃其他方便、美味的食物。**
25. **广东人在饮食方面注重清淡、营养，并且不太喜欢油腻、煎炸的食物，而潮汕小吃刚好符合广东人的饮食习惯。**
26. **高校的饭堂有固定的营业时间段，对于那些错过了饭堂营业时间的学生，他们只能到其他商店解决吃饭问题。而潮汕小吃店一般的营业时间是早上7：00到22：00，营业时间较长，可以满足这部分学生的需求。**
27. **制作潮汕小吃的工艺和所需的机器都比较简单，所以开一家潮汕小吃店所需的成本不会很高。**
28. **威胁**
29. **潮汕小吃特色产品的保护意识薄弱，过去的宣传力度不足，没有明确的保护措施，许多消费者分不清谁卖的才是真正正宗的潮汕小吃，这使得大量的财富流失。**
30. **由于生活水平的提高，学生们对就餐环境及其食物风味要求越来越高。当他们认为潮汕小吃还可以的话，可能会经常去消费，还会向其他同学或朋友推荐。所以，这就要求经营者要弄好店内的卫生，营造一个干净舒适的就餐环境，同时，要严格抓好食品的质量、卫生，给消费者们一个好的印象，并借助他们的力量来传播自己店的声誉。**
31. **学校周围的餐饮店多，相互之间的竞争激烈，市场的占有率相对较低。所以要求小吃店要有自己的“招牌货”，不能一昧追求全而不精或者通过低价取胜。**
32. **在高校旁的小吃店的消费群体较单一，学生占了绝大部分。当遇到放长假时，学校就会变得空无一人，自然来消费的学生会减少，而商铺还要交高昂的租金和发放员工工资，这给营业者带来较大的经济压力。**
33. **国内有较多的出名小吃，如：遍布全国的福建沙县小吃、山东小吃、东北小吃等等，它们会和潮汕小吃分割市场，给潮汕小吃带来威胁。**
34. **麦当劳、肯德基、真功夫、必胜客等知名餐饮连锁店，在高校的周围都有分店。它们有能力经常举行优惠活动来打压其他餐饮店，并且它们的服务态度、就餐环境和食品卫生等方面都做得比较好，这给潮汕小吃带来不小的压力。**

**综上所述，我认为在高校附近开潮汕小吃店是可行的，正如大可以美食坊总监蔡慧如所说：“汕头名小吃的经营潜在着很好的商机，但必须抓紧抓好进行营销和宣传包装，避免不可预计的损失。”同时，达濠蒂蒂香鱼丸店总监林木隆也说过：“重视品牌经营，能使产品在强手如林的同行中脱颖而出，成为具有代表性的地方品牌，潮汕小吃的品牌营销重在合理使用人才，进行一系列的营销策划，借助媒体的宣传，才能使品牌产品迅猛地占领市场并赢得效益。”当然，我们也要关注到其劣势，确保可持续发展。**

**四、市场营销策略**

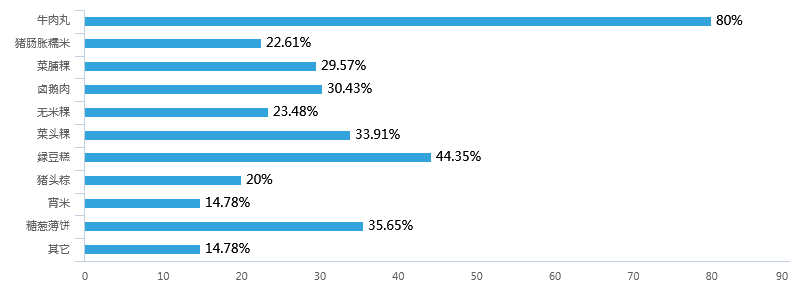
**（一）经营模式：**

**1.深化改革创新，提高经营水平  
a.突出产品营养价值，不断完善产品质量。具体地说，在继承传统风味的基础上，选用上乘材料，提高营养价值，做到色、香、味俱全，且有利于健康。  
b.改善卫生状况。增强经营者的卫生意识，解决小吃店环境简陋、餐具不洁等问题，对制作过程中的不卫生环节加以改进，让消费者吃得放心。  
c.提高产品档次。如改进包装，以方便携带，增强竞争力。  
2.加大投资力度，开拓外地市场  
d.成立小吃协会。加强行业交流，比如定期召开交流会、研讨会，研究延长保质期的方法等，对传统小吃进行改良、创新，并由协会负责推出小吃的新品种。  
e.实现批量生产。在保持传统风味的情况下，改变落后的手工制作方法，实现机械化、批量化生产。  
f.创立品牌。创立属于潮州小吃的品牌，举办产品展销会等，让潮州小吃走向国内外市场。  
(c)加大扶持和监管力度  
g.集中经营。政府应结合“旅游旺市”战略的实施，加大扶持力度，如开辟小吃一条街，将小吃业纳入规范化管理。另外，可让旅行社与质量可靠的小吃店结对，进行定点购买。  
加大宣传力度。由政府牵头，利用媒体加大对潮州小吃的宣传，提高传统小吃的知名度。  
h.加强监督。有关部门应对小吃业进行整顿，特别是对流动摊点的质量和卫生多加监督和管理。**

**3.将美食与文化融合**

**i.潮汕地区的岁时节俗活动总免不了有祀神祭祖以及游神赛会的项目，既有祭祀色彩，又有喜庆娱乐的气氛，因而使潮汕地区的民俗文化内涵更加丰富，成为潮人社会不可或缺的风俗。在上菜时，我们可以向顾客介绍相关菜色的由来，使美食与文化相结合，增加吸引力。**

**(二)产品策略：**



**1.因受到大众记忆强度有限，不可能让消费者把全部产品记下来，所以有必要集中资源最大量的将消费者的眼球集中在几个主打产品上，根据我们的问卷调查（如上图），我们决定推出以下产品：牛肉丸、绿豆糕、糖葱薄饼、菜头粿、卤鹅肉、菜脯粿、猪肠胀糯米。**

**2.商品包装上，根据销售地区的不同，如果是店铺内销售或外卖型销售，则将直接安置在店内保险柜内供顾客挑选，在顾客挑选后用公司特制的食品包装纸袋为顾客进行包装；如果是网店上订购，需要经快递送达，则在小吃制作出后，按商品类型，进行无菌真空保鲜包装或脱氧包装，确保食品新鲜卫生，且便于购买携带。  
3.食品包装袋上将会有公司网站的二维码及公司产品的一些简略介绍，作二次宣传，使商品更易被传播，使顾客了解公司其他商品，进而增加各类商品销售量。  
4.在不断发展过程中，迎合大众口味，跟随现代流行食品脚步，吸纳各地各类小吃文化，对公司产品进行改进，创新，增加公司食品种类，创造有自己公司品牌特色的小吃食品。  
 （三）定价策略**

**采用成本定价策略，团体价和特殊事件定价法。对顾客采取顾客导向定价，使产品价格更加优惠，有利于吸引更多的顾客，同时维持现有的顾客，提高顾客的忠臣度。团体价可利于想购买潮汕小吃的同学们鼓动舍友或身边的同学，或者在班级活动时采购潮汕小吃。**

**根据成本分析，第一年预计售出3万份食品，公司一年投入资金40.2万元，根据市场现状分析，潮汕地区位于粤东，茂名位于粤西，粤西地区潮汕小吃销售较少，且不成气候，而粤西地区潮汕学生及测潮汕人均很多，加上小吃市场行情好，受大众欢迎。**

**商品定价：牛肉丸成本约为26.55元/斤，绿豆饼成本约为9.3元/斤，糖葱薄饼成本7.645元/斤，将牛肉丸售价定为40元/斤，绿豆饼成本11元/斤，糖葱薄饼10元/斤，视预估情况，将预计年利润175050元，再根据实际情况，对不同商品进行价格调整。**

**（四）渠道策略**

**寻求加盟或校园内早餐点合作，有利于拓宽销售渠道，提高销售点覆盖率。各销售点还能担负起一定的广告宣传责任，也加强与顾客的沟通，促进销售量的提升。同时，我们还可以在网上销售预定，使得潮汕小吃让偏远的地区的人们也能尝试到。此外，对于现有的客户我们要一如既往的认真服务，赠送优惠，听取意见；对于竞争对手，我们要借鉴其优点，改善自身缺点。**

**（五）促销策略**

**运用一切校园媒体资源、销售点资源、校园人脉、网络资源等进行促销。**

1. **制作宣传视频、宣传单、记录片等通过广播、报纸、电视广告、校园论坛、公众号或者各学院的绿色通道（QQ群） 等媒介普及饮食结构重要性、潮汕小吃的营养健康的知识，同时宣传潮汕小吃店的经营理念；**
2. **制作官网、APP，将潮汕小吃的文化宣传数字化，不断更新，根据时节推出相关的潮汕文化与美食，使人们既可以吃到好吃的，又可以了解到该美食的缘由**
3. **制作商业海报、横幅等进行宣传**
4. **进行问卷调查宣传，通过电子问卷和纸质问卷的形式，利用学生会、协会等同学关系圈进行填写，既能了解到师生的需求又可以适当的进行宣传；**
5. **节假日可以推出优惠政策、举办游戏活动等吸引顾客；**
6. **还可以与班级合作，为班级各项活动提供优惠供应；**
7. **加入美团网。多人团购享优惠。**
8. **进行积分换礼活动，不定期举行特色小吃低价限购**
9. **通过新媒体平台散播招商信息，让更多的创业者加盟并传授烹饪技巧，让加盟商们能做出原汁原味、地地道道的潮汕小吃。**

**五、财务分析：**

成本预测表

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **产品材料** | **市场均价（元）** |  | | **营业成本（元）/年** |
| **淀粉** | 2元/斤 |  | | 18000 |
| **牛肉** | 30/斤(全国价格) |  | | 180000 |
| **绿豆** | 5/斤 |  | | 30000 |
| **食用油** | 8/斤 |  | | 8000 |
| **白糖** | 2/斤 |  | | 6800 |
| **白芝麻** | 6.5/斤 |  | | 2600 |
| **黑芝麻** | 8/斤 |  | | 1600 |
| **花生** | 16/斤 |  | | 3200 |
| **食用盐** | 4.5/斤 |  | | 900 |
| **总价** |  | |  | 251100 | |

除商品材料成本外其他成本费用=30000+6000+100000+7850+8000=151850元

* 牛肉丸成本（斤）：

0.2斤淀粉+0.7斤牛肉（全国价格）+0.02斤盐+除商品材料成本外其他成本费用/30000

=0.4+21+0.09+5.06

=26.55元

* 绿豆饼成本价（斤）：

0.2斤淀粉+0.6斤绿豆+0.1斤食用油+0.02斤白糖+除商品材料成本外其他成本费用/30000

=0.4+3+0.8+0.04+5.06

=9.3元

* 糖葱薄饼成本价（斤）：

0.6斤淀粉+0.3斤糖+0.04白芝麻+0.02斤黑芝麻+0.02斤花生+0.01斤盐+除商品材料成本外其他成本费用/30000

=1.2+0.6+0.26+0.16+0.32+0.045+5.06

=7.645

商品定价：牛肉丸成本约为26.55元/斤，绿豆饼成本约为9.3元/斤，糖葱薄饼成本7.645元/斤

将牛肉丸售价定为40元/斤，绿豆饼成本11元/斤，糖葱薄饼10元/斤

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **费用名称** | **单价（元）** | **备注** |
| **实体店租金** | 30000/年 | 茂名市城市发展程度不高，店铺地段不旺，租金在10-30元/平方/月，旺的在100-200元/平方/月 |
| **广告宣传支出** | 6000/年 | 传单、海报、横幅、地推宣传等费用 |
| **人员工作劳务费** | 100000/年 | 平均工资每人约1667/月，根据个人工作量及难度，在1200~3500之间进行调整，以公司暂定人数进行第一年初步估计。 |
| **包装费用** | 7850/年 | 包装机器价格700/台，共两台  密封包装袋费用0.03/个，1.5万个  定制包装纸袋0.4/个，1.5万个 |
| **其他费用** | 8000/年 | 如水电费、各类交通费、运营费用等 |
| **原材料** | 251100/年 | 小吃的制作原料，以及一些直接进货的商品费用 |
| **总费用** | 402950/年 |  |

**资金需要：**

**六、风险分析及效果评估**

1. **风险预测与解决方案：**
2. **1）销路和投入市场的变化。市场不断地变化，我们的产品口味也许会随着时间的推移不再受目标群体的欢迎；随着技术的革新，我们的低价竞争优势也许会不再是优势；新的行业竞争者的加入，会使我们的外部威胁更大。**
3. **早期市场开发困难。作为刚刚起步的企业，早期市场开发是最大困难，尤其是附近竞争对手已经占据一定份额。为此，我们要制定完善的营销计划，进行全面营销培训，树立良好的企业形象，开展周到服务，并做好思想准备，为了美好的未来而甘愿努力。**
4. **专业的小吃制作员。由于专业限制，本店在潮汕小吃制作缺乏专业知识，所以经验不足，有些论证不够充分。为此，我们将请食品专业的老师作为我们的顾问并为我们更好的运作做充分的准备。**
5. **团队的稳定性。创业之初因为投资较少会出现资金困难，同时业务开展需要一个循环过程，当付出很多没有收到效益时，会影响到团队成员的稳定性。针对这样问题，在创业之初我们要坚定信心，有充分的心理准备并渗透给成员，树立积极的竞争心态，努力保证团队成员稳定工作。**
6. **解决方案：根据《食品安全法》草案第90条规定，消费者在食品安全方面的赔偿额度提高到其支付价款10倍的赔偿金。所以我们应该做好以下内容：**
7. **对原材料严格把关，特别是对食用油、调味料、肉类等直接关系到消费者饮食安全的原材料要高度重视，对供货商从严选择。**
8. **日常营业中做好卫生工作，材料生熟分开，冰箱内食物也应该严格区分放置。**
9. **员工要做好个人卫生健康工作，按正规程序操作。**
10. **每日每样产品皆需要做好菜肴留样工作，专门人员做好记录，将留样菜肴放入冰箱内存放。**
11. **制定应急突发事件机制，面对不可控的风险时，由专业人员负责配合相关部门后续工作，且留一定风险资金以供使用。**
12. **公众职责：**
13. **不买无生产日期、保质期的三无产品**
14. **严格实行索证制度，即检查索要产品的检疫合格证**
15. **严格实行定期检查制度**
16. **产品过期或变质坚决淘汰，不以次充好**

**7）利润损失：**

1. **制定每日进货产品目录及数量，防止原材料短缺或多余，做好日常财务管理（附表2）**
2. **需对物价涨落有充分准备，控制成本并及时调整所售商品价格**
3. **做好现金流动控制，以应对不时之需**
4. **战略目标：**

**近期，公司处于新生状态，在此阶段中，公司将以海报、大力促销、主动促销等方式来宣传产品，吸引顾客并借机建立良好的信誉。 中期，公司业务处于上升阶段，因为第一月良好的服务质量保障和建立的良好信誉，会吸引更多的顾客前来购买商品，我们要稳中求进。长期，在销售多种口味的潮汕小吃的前提下，同时代理小吃、小零食等其他产品，广泛宣传，通过各种营销方式，保证原顾客继续购买本店商品，并发展成连锁企业。**

### 经营初期

**1）在一年内，计划商品成交份数（包括网络成交份数）超过5万份，即日销售小吃份数约140份，第一年顾客范围以各学校学生为主。因初期主要目标为打下公司良好口碑及获得一些固定客源，且客源多为学生，故可以先只在学校附近通过传单进行宣传，加上与学校食堂、超市等合作，出售公司商品。**

**2）在传单及公司网站、微信等平台上以及在宣传过程中口头叙述，将公司小吃的生产环境和材料来源公布，在公司本店开设小吃制作参观区，使顾客了解公司产品的生产过程，在宣传过程中给予试吃机会，为顾客留下公司小吃绿色健康、美味可口的印象。**

### 经营中期

**计划在两年里，通过各类宣传推销手段，向其他学校及部分居民区分区分块进行营销，再次增加知名度，获取更多的交易量。在拥有了一定的客源基础及良好口碑的基础上，在学校及居民区附近逐步开设2-4间分店，使公司产品更多的通过直接分销渠道进行销售，公司直接参与市场竞争，建立和开拓自己的销售网络，为树立公司形象，提高公司声誉，不断积累经验，进一步扩大市场奠定基础。**

### 经营后期

1. **经过三年发展，在公司形象良好，客源较多且稳定，有一定的经济实力及市场竞争力的基础上，继续扩大公司规模，预计在5年内开设8间实体店，将实体店均匀分布到茂名市各地区，扩大网店的服务区，完善各类服务模式。**
2. **在不断发展过程中，吸纳潮汕小吃及其他传统特色小吃文化，对公司的小吃产品进行创新，丰富小吃种类，制作有新意的小吃，使更多人能喜欢上公司产品，扩大公司客源，迎合国家创新创业发展的口号，又发展传承各类传统饮食文化，使公司保持旺盛的创新活力，在市场竞争中成为赢家。**
3. **在完成以上目标后，在9-15年跨出茂名市，在附近其他城市开设分店，目标为尽可能将公司分店遍布粤西地区至广东省内，成为省内知名品牌。**

**附录1**

**潮汕特产小吃调查问卷**

第1题 您的性别 [单选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 男 | 66 | 57.39% |
| 女 | 49 | 42.61% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第2题 年龄 [单选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 20岁以下 | 56 | 48.7% |
| 20～30岁 | 59 | 51.3% |
| 30岁以上 | 0 | 0% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第3题 学历 [单选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 小学 | 2 | 1.74% |
| 初中 | 3 | 2.61% |
| 高中/中专 | 8 | 6.96% |
| 专科 | 14 | 12.17% |
| 本科 | 88 | 76.52% |
| 本科以上 | 0 | 0% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第4题 您是潮汕人吗 [单选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 是 | 64 | 55.65% |
| 否 | 51 | 44.35% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第5题 是否了解潮汕小吃？ [单选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 是 | 58 | 50.43% |
| 否 | 57 | 49.57% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第6题 您对潮汕小吃了解的途径有哪些？ [多选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 食店 | 83 | 72.17% |
| 朋友介绍 | 76 | 66.09% |
| 传单宣 | 25 | 21.74% |
| 互联网搜索 | 36 | 31.3% |
| 其它 | 27 | 23.48% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第7题 您是否品尝过潮汕朋友带回来的潮汕小吃？ [单选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 是 | 92 | 80% |
| 否 | 23 | 20% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第8题 您品尝过以下哪些潮汕小吃？（可多选） [多选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 牛肉丸 | 98 | 85.22% |
| 蚝烙 | 62 | 53.91% |
| 韭菜粿 | 65 | 56.52% |
| 糯米猪肠 | 34 | 29.57% |
| 卤鹅肉 | 50 | 43.48% |
| 无米粿 | 48 | 41.74% |
| 其它 | 37 | 32.17% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第9题 以下哪些小吃是您喜欢的潮汕小吃？（可多选） [多选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 牛肉丸 | 92 | 80% |
| 猪肠胀糯米 | 26 | 22.61% |
| 菜脯粿 | 34 | 29.57% |
| 卤鹅肉 | 35 | 30.43% |
| 无米粿 | 27 | 23.48% |
| 菜头粿 | 39 | 33.91% |
| 绿豆糕 | 51 | 44.35% |
| 猪头粽 | 23 | 20% |
| 宵米 | 17 | 14.78% |
| 糖葱薄饼 | 41 | 35.65% |
| 其它 | 17 | 14.78% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第10题 您喜欢潮汕小吃的原因： [多选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 真功夫，非机器生产 | 48 | 41.74% |
| 量足料足，真材实料 | 61 | 53.04% |
| 味道可口 | 93 | 80.87% |
| 潮汕小吃背后的文化 | 45 | 39.13% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第11题 您觉得潮汕小吃的特点有哪些？ [多选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 制作精巧 | 75 | 65.22% |
| 注重清淡 | 43 | 37.39% |
| 真材实料 | 89 | 77.39% |
| 其它 | 23 | 20% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第12题 对关于潮汕传统节日和潮汕小吃的关系是否了解？ [单选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 是 | 58 | 50.43% |
| 否 | 57 | 49.57% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第13题 如果可以，您会选择以哪几种方式品尝潮汕小吃？ [多选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 专门卖潮汕小吃并且还能欣赏潮汕文化表演的餐厅 | 84 | 73.04% |
| 超市包装上架的小吃 | 16 | 13.91% |
| 普通餐厅 | 38 | 33.04% |
| 其它 | 17 | 14.78% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

第14题 如果有上述这样一间店，您去消费的原因有哪些？ [多选题]

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 选项 | 小计 | 比例 |
| 潮文化 | 58 | 50.43% |
| 新鲜感 | 41 | 35.65% |
| 好吃，味美 | 105 | 91.3% |
| 其它 | 6 | 5.22% |
| 本题有效填写人次 | 115 |  |

**附表2**

**日常财务管理**

**“倒挤”成本方法，即当月销售成本=月初厨房结存额（即上月末厨房盘存额）+本月总购进-月末厨房盘存额。**

**1.饭店（餐饮业）成本核算是以“倒挤”成本的方法计算的：**

**消耗成本=期初原材料结存+本期原材料增加-本期原材料减少-期末原材料结存（厨房盘点）**

**2.成本计算过程：**

**（1）直接领用或者直接采购时：**

**借：营业成本**

**贷：现金（或银行存款、原材料——库存）**

**（2）月终，按操作间没有使用的原材料进行实际盘点，将盘点的结存原材料数额办理假退料手续，调整营业成本：**

**借：营业成本（红字）**

**贷：原材料（红字）**

**（3）结转成本：**

**饭店消耗成本=期初原材料结存+本期原材料增加-本期原材料减少-期末原材料结存（厨房盘点）**

**借：本年利润**

**贷：营业成本**

**（4）下月初再将原材料盘点金额原数做账，作为营业成本期初结存数**

**借：营业成本**

**贷：原材料**