Бизнес-план

кафе-кондитерской

«Dolce Vita»



Магнитогорск, 2014

Содержание:

[1 Назначение бизнеса 3](#_Toc383007862)

[2 Организационный план 4](#_Toc383007863)

[2.1 Организационно - правовая форма предприятия 4](#_Toc383007864)

[3.2 Организационная схема управления 4](#_Toc383007865)

[3.3 Организация и форма оплаты труда 5](#_Toc383007866)

[3.4 Управление персоналом 5](#_Toc383007867)

[4 Производственный план 5](#_Toc383007871)

[4.1 Поиск помещения 5](#_Toc383007872)

[4.2 Определение ассортимента продукции 5](#_Toc383007873)

[4.3 Необходимое оборудование и инвентарь 5](#_Toc383007874)

[4.4 Ремонт помещения, мебель и предметы интерьера 7](#_Toc383007875)

[4.5 Поиск поставщиков 7](#_Toc383007876)

[4.6 Необходимая документация 8](#_Toc383007877)

[5 Финансовый план 8](#_Toc383007878)

[5.1 Источники финансирования 8](#_Toc383007879)

[5.2 Расчет амортизации 8](#_Toc383007880)

[5.3 Расчет себестоимости 9](#_Toc383007881)

[5.4 Ценообразование 9](#_Toc383007882)

[5.5 Налогообложение 11](#_Toc383007883)

[6 Определение фирменного стиля 11](#_Toc383007884)

[6.1 Дизайн и цветовая гамма 11](#_Toc383007885)

[6.2 Разработка логотипа 11](#_Toc383007886)

[6.3 Сайт кафе 11](#_Toc383007887)

[7 Маркетинговый план 12](#_Toc383007888)

[7.1 Разработка рекламной политики 12](#_Toc383007889)

[7.2 Геолокационные сервисы как инструмент развития бизнеса 12](#_Toc383007890)

[7.3 PEST-анализ 13](#_Toc383007891)

[7.3 SWOT-анализ 14](#_Toc383007894)

[7.4 Анализ численности потенциальных потребителей 15](#_Toc383007895)

[7.5 Покупательская способность 15](#_Toc383007896)

[7.6 Оценка конкурентоспособности 17](#_Toc383007897)

[7.7 Анализ рисков 17](#_Toc383007898)

[7.8 Анализ безубыточности 19](#_Toc383007899)

[7.9 Сроки окупаемости 20](#_Toc383007900)

# Назначение бизнеса

Создаваемое заведение относится к сфере общественного питания. Название: Dolce Vita (Дольче Вита) в переводе с французского - «Сладкая жизнь». Идея проекта – это открытие кафе-кондитерской в городе Магнитогорске несетевого формата на 22 посадочных места, рассчитанного на людей со средним уровнем дохода. Согласно ГОСТ Р 50762-2007 данное предприятие попадает под тип «кафе».

Отличительными чертами будущего заведения являются:

* ориентация кафе на кондитерские изделия высокого качества, изготавливаемые по французским классическим рецептам;
* дорогие натуральные ингредиенты;
* неповторимый стиль в оформлении кафе.

*Главная цель создаваемого заведения* – проникновение на рынок города Магнитогорска и завоевание лидирующих позиций на нем, привлечение как можно большего числа клиентов и их удержание.

Для достижения главной цели необходимо достичь следующих задач:

* организация питания на качественно высшем уровне;
* проведение рекламной кампании на этапе появления нового заведения;
* регулярное проведение рекламных акций для удержания клиентов;
* создание комфортных условий для приема пищи;
* создание запоминающегося имиджа компании.

В отличие от других компаний, создаваемое кафе не будет использоваться готовые смеси и полуфабрикаты, усилители вкуса и консерванты. Посетители заведения, покупая изделия, могут быть уверены, что приобретут исключительно свежий, натуральный и невероятно вкусный продукт.

*Стратегия заведения* – это стратегия проникновения на рынок, при установлении относительно низких цен, но сохранении высокого уровня качества продукции.

*Миссия заведения* – сохранение французских традиций, использование лучших ингредиентов, следование оригинальным рецептурам, внедрение инновационных технологий, создание новой культуры общения для современных и активных, прогрессивных людей.

*Отличительная особенность открываемого заведения* – это использование информационных технологий в ведении бизнеса, а именно внедрение инновационного продукта – геолокационных сервисов. Геолокационные сервисы (Location-based services - LBS) – это тип услуг, основанных на определении текущего местоположения мобильного телефона или планшета пользователя.

# Организационный план

# Организационно - правовая форма предприятия

Организационно-правовой формой кафе-кондитерской «Dolce Vita» будет являться форма предприятия без образования юридического лица (ПБОЮЛ).

# Организационная схема управления

Управление в кафе-кондитерской «Dolce Vita» будет осуществляется по линейной структуре (рисунок – 1). В таблице 1 представлена укомплектованность персонала.

Рисунок 1 – Организационная структура управления

Таблица 1. Персонал

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Должность** | **Количество человек** | **Заработная плата, руб./мес.** | **Итого, руб./мес.** |
| Повар-кондитер | 1 | 17 000 | 17 000 |
| Продавец-кассир | 1 | 14 000 | 14 000 |
| Уборщица | 1 | 8 000 | 8 000 |
| Водитель-экспедитор | 1 | 12 000 | 12 000 |
| **Итого:** | **4** | **51 000** | **51 000** |

Для функционирования кафе, рассчитанного на 22 посадочных места, необходимо 4 человека, общий фонд заработной платы которых составит 51 000 рублей в месяц, а годовой фонд оплаты труда составит 612 000 рублей.

# Организация и форма оплаты труда

В кафе-кондитерской «Dolce Vita» планируется осуществлять трудоустройство персонала по трудовому договору, а труд работников оплачивать в соответствии с повременной формой оплаты труда.

# Управление персоналом

В кафе-кондитерскую «Dolce Vita» планируется внедрить геолокационный сервис МТС «Мобильные сотрудники» - это сервис контроля над трудовой деятельностью сотрудников, а также мониторинга логистических операций.



# Производственный план

# Поиск помещения

Общая площадь помещения будет составлять 50 квадратных метров. Помещение целесообразно будет взять в аренду. Для будущего кафе-кондитерской выбран торговый центр «Гостиный двор», стоимость аренды в котором составляет 1 200 рублей за квадратный метр, таким образом месячные затраты на аренду составят 60 000 рублей.

# Определение ассортимента продукции

Ассортимент кафе-кондитерской «Dolce Vita» представлен в таблице 8.

# Необходимое оборудование и инвентарь

Перечни основного оборудования и необходимого инвентаря для кафе и их примерная стоимость представлены в таблицах 3 и 4 соответственно.

Таблица 3. Основное оборудование

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование оборудования** | **Количество единиц, шт.** | **Цена , руб.** |
| Морозильная камера Pozis MV108 | 1 | 10 000 |
| Настольная холодильная витрина Carboma ВХСв-1,5 XL | 1 | 30 000 |
| Холодильник Shivaki SHRF-70CH | 1 | 6 000 |
| Холодильник с верхней морозильной камерой Vestel MDD 238 VW | 1 | 10 000 |
| Морозильный ларь Свияга 150-1 | 1 | 12 000 |
| Печь конвекционная STARFOOD YXD-1AE | 1 | 13 000 |
| Холодильник-витрина Свияга 513-4 | 1 | 13 000 |
| Миксер для молочных коктейлей GASTRORAG W-MS-10 | 1 | 4 000 |
| Кофемашина Nescafe Alegria (8/150) | 1 | аренда |
| Весы кухонные Tefal BC5010 Optiss | 1 | 1 000 |
| Кухонный комбайн Bosch MUM 4855 | 1 | 6 000 |
| Кассовый терминал | 1 | 20 000 |
| Блендер Vitek VT-1474 | 1 | 2 400 |
| Установка охлаждающая | 1 | 3 000 |
| Дробилка кухонная | 1 | 3 000 |
| **ИТОГО:** | **133 400** | |

Таблица 4. Необходимый инвентарь

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование инвентаря** | **Количество единиц, шт.** | **Цена , руб.** |
| **Разовые затраты** | | |
| **Кухонный инвентарь** | | |
| Ковш | 1 | 400 |
| Миска для ингредиентов | 5 | 1 200 |
| Силиконовый коврик | 4 | 2 000 |
| Силиконовый кондитерский мешок | 2 | 300 |
| Лопаточка для перемешивания | 2 | 120 |
| Ложка для мороженного | 1 | 200 |
| Силиконовая форма | 1 | 400 |
| Металлическая форма | 1 | 500 |
| Кухонный термометр | 1 | 200 |
| Мерный стаканчик | 1 | 50 |
| Нож | 1 | 100 |
| Доска разделочная | 1 | 200 |
| Ложка кухонная | 3 | 90 |
| Щипцы кухонные | 1 | 200 |
| Терка | 1 | 80 |
| Сито | 1 | 200 |
| Поварешка | 1 | 200 |
| Фасовочные пакет | 100 | 30 |
| Кондитерская ваза | 3 | 1 200 |
| **Раздаточный инвентарь** | | |
| Тарелка десертная керамическая |  |  |
| квадратная | 30 | 1 200 |
| прямоугольная | 20 | 800 |
| Разнос | 25 | 2 500 |
| Кружка керамическая |  |  |
| -0,22 | 30 | 1 200 |
| -0,15 | 20 | 600 |
| Блюдце | 50 | 1 500 |
| Стакан стеклянный |  |  |
| -0,5 | 20 | 800 |
| -0,3 | 20 | 800 |
| -0,2 | 15 | 600 |
| Ложки десертные | 50 | 750 |
| Креманка | 30 | 900 |
| **Регулярные затраты** | | |
| **Раздаточный инвентарь** | | |
| Салфетки кружевные | 250 | 220 |
| Салфетки гигиенические | 800 | 90 |
| Трубочки |  |  |
| с изгибом | 500 | 50 |
| без изгиба | 500 | 60 |
| Шпашки | 500 | 110 |
| Полиэтиленовые пакеты | 10 000 | 15 000 |
| Крафт-пакеты | 1 000 | 3 000 |
| Бумажные формочки |  |  |
| -50 | 1 000 | 500 |
| -60 | 1 000 | 500 |
| Упаковка | n | 500 |
| **ИТОГО:** | **39 350** | |

# Ремонт помещения, мебель и предметы интерьера

Примерная стоимость ремонта и отделки помещения, мебель и предметы интерьера кафе-кондитерской «Dolce Vita» составит 200 000 рублей.

# Поиск поставщиков

Планируется сотрудничество со следующими компаниями:

1. ИП Макарова О.Е. «Пакупак» – одноразовая посуда.
2. ООО «Марго» - продукты питания.
3. ООО «Холод-продукт» - продукты питания.
4. ИП Лучинина О.В. «Санта-бремор» - продукты питания.
5. ООО «Петрович» - продукты питания.
6. ИП Беглнцов И.В. «Айсберг» - продукты питания.
7. ИП Горяйов П.В. «Самарское мороженое» - продукты питания.
8. ООО «Ситно» - продукты питания.

# Необходимая документация

Необходимый минимальный перечень разрешительной документации на открытие следующий:

* свидетельство о регистрации ИП;
* договор аренды помещения;
* заключение СЭС;
* санитарный паспорт на помещение;
* дез-журнал;
* сертификаты соответствия продукции требованиям нормативных документов;
* разрешение на торговлю;
* договор с Роспотребнадзором;
* медицинские книжки на всех сотрудников.

# Финансовый план

# Источники финансирования

В качестве источника финансирования планируется использовать заемные средства, а именно кредиторскую задолженность в размере 700 000.

# Расчет амортизации

Расчетные данные годовых амортизационных отчислений представлены в таблице 5.

Таблица 5. Содержание и эксплуатация основных фондов

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование оборудования** | **Количество единиц, шт.** | **Цена, руб.** | **Срок службы, лет** | **Амортизационные отчисления, руб.** |
| Морозильная камера Pozis MV108 | 1 | 10 000 | 7 | 1429 |
| Настольная холодильная витрина Carboma ВХСв-1,5 XL | 1 | 30 000 | 7 | 4286 |
| Холодильник Shivaki SHRF-70CH | 1 | 6 000 | 7 | 857 |
| Холодильник Vestel MDD 238 VW | 1 | 10 000 | 7 | 1429 |
| Морозильный ларь Свияга 150-1 | 1 | 12 000 | 7 | 1714 |
| Печь конвекционная STARFOOD YXD-1AE | 1 | 13 000 | 10 | 1300 |
| Холодильник-витрина Свияга 513-4 | 1 | 13 000 | 7 | 1857 |
| Миксер для молочных коктейлей GASTRORAG W-MS-10 | 1 | 4 000 | 7 | 571 |
| Кофемашина Nescafe Alegria (8/150) | 1 | аренда | - | - |
| Весы кухонные Tefal BC5010 Optiss | 1 | 1 000 | 7 | 143 |
| Кухонный комбайн Bosch MUM 4855 | 1 | 6 000 | 7 | 857 |
| Кассовый терминал Posiflex KS-6910TS | 1 | 20 000 | 3 | 6667 |
| Блендер Vitek VT-1474 | 1 | 2 400 | 7 | 343 |
| Установка охлаждающая | 1 | 3 000 | 10 | 300 |
| Дробилка кухонная | 1 | 3 000 | 7 | 429 |
| Кухонный инвентарь | - | 20 000 | 5 | 4000 |
| Мебель | - | 150 000 | 10 | 15000 |
| **ИТОГО:** |  | **303 400** |  | **41181** |

В результате при стоимости основных фондов равной 303400 рублей, годовые издержки на их эксплуатацию и обслуживание составляют 41181 рубль.

# Расчет себестоимости

В таблице 6 приведен расчет себестоимости одной позиции в меню кафе-кондитерской «Dolce Vita».

Таблица 6. Расчет себестоимости 1 маффина «Маффин Банановый**»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Граммы** | **Ингредиенты** | **Стоимость, руб.** |
| 50 | Бананы | 2 |
| 16,7 | Маргарин | 1,7 |
| 16,7 | Сахар | 0,7 |
| 13,3 | Яйцо | 0,8 |
| 5 | Яичный желток | 0,3 |
| 1,7 | Пекарский порошок | 0,8 |
| 25 | Мука | 0,5 |
|  | Добавочная стоимость | 3,39 |
| **Итого:** | | **10,19** |

# Ценообразование

Стоимость продукции в кафе-кондитерской «Dolce Vita» представлена в таблице 8.

Таблица 8. Цены на ассортимент в кафе-кондитерской «Dolce Vita»

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Цена, руб./ед.** |
| **Пирожные «Макарон»** |  |
| Макарон Терамису | 30 |
| Макарон Клубника со сливками | 30 |
| Макарон Кокос | 30 |
| Макарон Клюква в шоколаде | 30 |
| Макарон Черная смородина | 30 |
| Макарон Лимон | 30 |
| Макарон Киви | 30 |
| Макарон Фета | 30 |
| **Маффины** |  |
| Маффин Кукурузный с беконом | 40 |
| Маффин Шоколадный | 40 |
| Маффин Банановый | 40 |
| **Капкейки** |  |
| Капкейк Клубничный | 50 |
| Капкейк Вишня в шоколаде | 50 |
| Капкейк Черничный | 50 |
| **Кейк Попсы** |  |
| Кейк Попс Розовый шоколад | 30 |
| Кейк Попс Ореховый | 30 |
| Кейк Попс Лайм | 30 |
| **Мороженое** |  |
| Шарик мороженого Сливочный пломбир | 25 |
| Шарик мороженого Несквик | 50 |
| Шарик мороженого Кит Кат | 50 |
| Шарик мороженого Баунти | 50 |
| Шарик мороженого Сникерс | 50 |
| **Напитки** |  |
| **Чай/Кофе** |  |
| Чай SWAY в ассортименте | 30 |
| Кофе Капучино | 50 |
| Кофе Латте | 70 |
| Кофе Мокко | 70 |
| Кофе Эспрессо | 50 |
| Черный Кофе | 50 |
| Кофе со сливками | 50 |
| Горячий шоколад | 50 |
| **Соки/Морсы** |  |
| Сок Rich в ассортименте | 35 |
| Морс Золотая Русь в ассортименте | 35 |
| **Минеральная вода** |  |
| Bon Aqua/Bon Aqua Viva | 35/40 |
| **Газированная вода** |  |
| Sprite | 50 |
| Fanta | 50 |
| Coca-Cola | 50 |
| **Молочные коктейли** |  |
| Шоколадный (0,3мл/0,5мл) | 50/70 |
| Ванильный (0,3мл/0,5мл) | 50/70 |
| Клубничный (0,3мл/0,5мл) | 50/70 |
| **Смузи** |  |
| Ананасовый | 60 |
| Цитрусовый | 60 |
| Апельсиново-манговый | 60 |
| Клубнично-банановый | 60 |

# Налогообложение

В соответствии с главой 26.2. Налогового Кодекса Российской Федерации в качестве системы налогообложения будет использоваться вмененная система (ЕНВД).

# Определение фирменного стиля

# Дизайн и цветовая гамма

Выбран неоднозначный стиль: яркий, демократичный, располагающий к хорошей беседе и приятному времяпрепровождению. Выбрана цветовая гамма – это оранжевый цвет и его оттенки, в сочетании с белым.

# Разработка логотипа

Разработанный логотип кафе-кондитерской «Dolce Vita», представлен на рисунке 2.



Рисунок 2 – Логотип кафе-кондитерской «Dolce Vita»

# Сайт кафе

Сайт кафе-кондитерской «Dolce Vita» находится в разработке.

# Маркетинговый план

# Разработка рекламной политики

Первоначальные затраты на рекламную кампанию кафе-кондитерской «Dolce Vita» представлены в таблице 9 и составляют 33 500 рублей. Среднемесячные затраты на рекламу составляют около 3 000 рублей.

Таблица 9. Первоначальные затраты на рекламу

|  |  |
| --- | --- |
| **Наименование** | **Цена** |
| **Печатная продукция** | |
| Листовки | 1 500 |
| Визитки | 1 500 |
| **Реклама в СМИ** | |
| Журнал "На все 100" | 5 000 |
| Радиостанция "Европа Плюс Магнитогорск" | 6 000 |
| **Интернет** | |
| Купоночные сайты | бесплатно |
| Геолокационные сервисы | условно бесплатно2 |
| Группа в социальной сети | бесплатно |
| Сайт | 15 000 |
| **Другое** | |
| Шары с логотипом | 4 500 |
| **ИТОГО:** | **33 500** |

# Геолокационные сервисы как инструмент развития бизнеса

В кафе-кондитерскую «Dolce Vita» предполагается внедрить геолокационные Сheck-in-сервисы, которые представлены в таблице 10.

Таблица 10. Сheck-in-сервисы

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование** | **Область применения** | **Цена за пользование для**  **клиента** | **Цена за пользование**  **для**  **руководителя** | **Количество пользователей в России1** |
| **Foursquare** | Любая сфера деятельности | Бесплатно | Условно бесплатно2 | 1 000 000 |
| **AlterGeo** | Любая сфера деятельности | Условно бесплатно | 1 200 000 |
| **Gvidi** | Общепит | Условно бесплатно | 1 000 000 |
| **Lokata4** | Шопинг | Платно3 | 3 000 000 |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1По состоянию на 2013 год.2Размещение баннеров, рекламных информационных материалов о сервисе за счет компании.

3Количество открытий каталога. 4 Сайт компании должен иметь в месяц минимум 50 000 посетителей.

# PEST-анализ

В таблице 11 представлены сводные данные PEST-анализа.

Таблица 11. PEST-анализ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Политические факторы** | | **P** | **Экономические факторы** | | **E** |
|  | Значимость | Влияние |  | Значимость | Влияние |
| Поддержка Российским правительством среднего и малого бизнеса | 0,06 | +5 | Ввод льготных программ налогообложения и кредитования малого бизнеса | 0,05 | +4 |
| Изменения в нормативных актах, требованиях к помещению. | 0,05 | -3 | Повышение банковских ставок на кредитование | 0,05 | -4 |
| Ужесточение санитарных норм для пунктов питания | 0,06 | -4 | Повышение налоговых тарифов | 0,06 | -5 |
| Экономическая нестабильность | 0,05 | -3 |
| Повышение покупательской способности | 0,07 | +5 |
| Итого: | | **-0,09** | Итого: | | **-0,1** |
| **Социальные факторы** | | **S** | **Технологические факторы** | | **T** |
|  | Значимость | Влияние |  | Значимость | Влияние |
| Возрастает темп жизни | 0,05 | +4 | Появление новых рекламных носителей | 0,07 | +5 |
| Улучшение демографической ситуации | 0,05 | +4 | Рост доступности информационных технологий (системы автоматизации) | 0,06 | +4 |
| 1. Улучшение жизненного уровня населения | 0,07 | +5 | Широкий спектр применения сети Интернет | 0,07 | +5 |
| 1. Рост численности среднего класса | 0,05 | +4 | Расширяется ассортимент профессионального оборудования для общепита | 0,06 | +4 |
| Новинки в области моды | 0,07 | +5 |
| Итого: | | **1,3** | Итого: | | **1,18** |

В результате PEST-анализа можно сделать следующие выводы:

1. Планируемое кафе-кондитерская «Dolce Vita» не совсем готово к резким и жестким изменениям политических и экономических факторов, что объясняется изменением законодательства в сфере налогообложения в 2014 году.
2. Социальные и технологические факторы благоприятно влияют на создание кафе и способствуют успешному его продвижению.

# SWOT-анализ

В таблице 12 представлены сводные данные SWOT-анализа.

Таблица 12. SWOT-анализ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ** | | | **СЛАБЫЕ СТОРОНЫ** | |
| **Внутренняя среда** | **Преимущества** | **S** | | **Недостатки** | **W** |
| Высокое качество продукции | | | Отсутствие опыта | |
| Высокий имидж продукции | | | Отсутствие известности компании | |
| Лидерство в сегменте | | | Низкая репутация компании | |
| Наличие стратегии и корпоративной культуры | | | Высокая себестоимость | |
| Широкая продуктовая линейка | | | Низкая квалификация сотрудников | |
| Наличие дополнительных услуг | | | Неизвестная торговая марка | |
| Качественное оборудование | | | Ограниченные финансовые ресурсы | |
| Потенциал маркетинга | | |
| Быстрая обработка заказов | | |
| Бесплатный доступ в Интернет | | |
| Удобное месторасположение | | |
| Уютная обстановка помещения | | |
| Средний уровень цен | | |
| **Внешняя среда** | **Возможности** | | **O** | **Угрозы** | **T** |
| Новые потребности, мода | | | Новые игроки на рынке | |
| Тенденции спроса | | | Смена тенденций спроса / моды | |
| Сотрудничество с другими компаниями | | | Неблагоприятная государственная политика | |
| Государственная поддержка | | | Лоббирование конкурентов | |
| Расширение ассортимента за счет появления очень выгодных предложений сторонних компаний | | | Инициатива арендодателя расторжения договора аренды на помещение | |
| Расширение сети кафе | | | Рост инфляции | |
| Обширная маркетинговая компания | | | Экономический спад | |
| Привлечение инвесторов и постоянных поставщиков качественной продукции | | | Снижение общего уровня покупательной способности | |
| Льготное налогообложение | | |

SWOT-анализ показал, что планируемое кафе-кондитерская имеет больше сильных сторон, нежели слабых. Преимущества внутренней среды и возможности внешней позволят справиться с недостатками и угрозами, а также будут способствовать успешному созданию и дальнейшему существованию данного бизнеса на рынке.

# Анализ численности потенциальных потребителей

В основном, будущее кафе-кондитерская ориентировано на экономически активное население в возрасте до 50 лет, так как данный сегмент рынка имеет большой потенциал.

Проведена сегментация рынка по следующим признакам:

1. Демографический.

По статистике, приведенной на сайте «Города России» за 2013 год потенциальный рынок составляет 64% населения (экономически активное население в возрасте до 50 лет) это 247 560.

1. Социально-экономический.

Среди этих людей выделены те потенциальные клиенты, которые имеют достаточный уровень дохода. Они составляют 70% от потенциального рынка, что составляет 173 292 человек. На этих клиентов будет ориентирован бизнес.

1. Поведенческие.

а) Доля людей являющихся клиентами ресторанов или кафе составляет примерно 80%. Это 138 630 человек.

б) Количество посетителей, готовых оставить в заведении данного типа около 200 рублей составляет около 75%. Это 103 975 человек.

Таким образом, можем рассчитывать на 103 975 человек. Конечно, в действительности число посетителей будет меньше из-за ряда каких-либо факторов.

# Покупательская способность

Начальная загрузка кафе-кондитерской примерно будет составлять 50% от проектируемой мощности. Значит кафе, рассчитанное на 22 посадочных места, в первые месяцы ожидается посещаемость в день – 11 человек. После того как кафе завоюет определенную долю рынка, загрузка должна составить 80%, а в праздничные дни или выходные – 100%. Для того, чтобы узнать, сколько и каких ожидать заказов от клиентов, нужно рассчитать вероятность заказа различных позиций меню.

В меню присутствует 6 групп блюд: пирожные «Макарон», Маффины, Капкейки, Кейк Попсы, мороженое, напитки. Предположительно, пирожные «Макорон» заказывает каждый второй клиент, Маффин, Капкейк и Кейк Попс заказывает каждый шестой, 1 напиток берет каждый клиент и мороженое заказывает каждый десятый клиент. Расчет вероятности распределения заказов приведен в таблице 13 .

Таблица 13. Вероятностное распределение заказов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Группа товаров** | **Вероятность заказа одной позиции из группы товаров одним клиентом** | **Нормированная вероятность заказа одной позиции из группы товаров** |
| Пирожное "Макарон" | 0,5 | 0,24 |
| Маффин | 0,17 | 0,08 |
| Капкейк | 0,17 | 0,08 |
| Кейк Попс | 0,17 | 0,08 |
| Мороженое | 0,1 | 0,05 |
| Напиток | 1 | 0,48 |
| **Суммарный показатель для заказа одного клиента** | **2,1** | **1** |

При 100% заполнении кафе количество блюд, заказываемых за месяц его работы, рассчитывается по формуле (1):

, (1)

где  - количество блюд, заказываемых в месяц, ед.;

 - количество посетителей в течение дня, ед.;

 - суммарный показатель для заказа одного клиента;

 - количество дней в году.

Согласно формуле (1) было рассчитано количество блюд заказываемых в месяц:



Количественное распределение заказов при загруженности кафе 50%, 80% и 100% представлено в таблице 14.

Таблица 14. Количественное распределение заказов при различной загрузке

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Группа товаров** | **Кол-во блюд в группе** | **Кол-во заказов одной позиции из группы в месяц** | **100% в месяц каждого блюда** | **50% в месяц каждого блюда** | **80% в месяц каждого блюда** | **80% в год каждого блюда** |
| Пирожное «Макарон» | 8 | 334,58 | 41,82 | 20,91 | 33,46 | 401,50 |
| Маффин | 3 | 111,53 | 37,18 | 18,59 | 29,74 | 356,89 |
| Капкейк | 3 | 111,53 | 37,18 | 18,59 | 29,74 | 356,89 |
| Кейк Попс | 3 | 111,53 | 37,18 | 18,59 | 29,74 | 356,89 |
| Мороженое | 5 | 66,92 | 13,38 | 6,69 | 10,71 | 128,48 |
| Напиток | 21 | 669,17 | 31,87 | 15,93 | 25,49 | 305,90 |

# Оценка конкурентоспособности

Данные анализа по методике «4P» представлены в таблице 15.

Таблица 15. Анализ «4Р»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Факторы конкурентоспособности** | **«Dolce Vita»** | **Конкуренты** | |
| **«Mon Plaisir»** | **«La Caramell Cafe»** |
| **«1Р» — продукт** | | | |
| Вкусовые качества продукции | 5 | 2 | 2 |
| Свежесть продукции | 5 | 2 | 2 |
| Торговля марка | 4 | 5 | 5 |
| Качество  обслуживания | 5 | 4 | 5 |
| Ассортимент продукции и услуг | 5 | 5 | 5 |
| **Итого** | **24** | **18** | **19** |
| **«2Р» — цена** | | | |
| Розничная | 5 | 3 | 3 |
| Скидки и акции | 5 | 3 | 3 |
| Условия расчетов | 5 | 5 | 5 |
| **Итого** | **15** | **11** | **11** |
| **«ЗР» — каналы сбыта** | | | |
| Степень охвата рынка | 5 | 5 | 5 |
| Эффективность сбытовой сети | 5 | 5 | 5 |
| **Итого** | **10** | **10** | **10** |
| **«4Р» — продвижение на рынке** | | | |
| Каналы рекламы | 5 | 5 | 5 |
| Бюджет рекламы | 4 | 5 | 5 |
| Связи с общественностью | 5 | 4 | 4 |
| **Итого** | **14** | **14** | **14** |

Следует сделать вывод, что конкурентные позиции кафе-кондитерской сильны по всем критериям. Суммарная оценка всех факторов кафе-кондитерской «Dolce Vita» (63 балла) выше суммарных оценок кафе конкурентов (53 и 54 балла).

# Анализ рисков

Составлен реестр рисков, в котором перечислены риски бизнес планирования кафе-кондитерской «Dolce Vita» и последствия после их наступления. Реестр рисков представлен в таблице 16.

Таблица 16. Реестр рисков

| **№** | **Риск** | **Потенциальное воздействие** | **Вероятность наступления (1-5)** | **Влияние риска (1-5)** | **Уровень риска[[1]](#footnote-1)** | **Способы смягчения риска** | **Условия наступления** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1.** | Неполучение ожидаемого дохода от инвестирования проекта | Дополнительные финансовые вложения | 2 | 5 | Высокий | Усовершенствование менеджмента заведения | Некорректное бизнес планирование |
| **2.** | Изменение конъюнктуры рынка | Увеличение финансовых вложений | 2 | 5 | Высокий | Повешение покупательской способности, корректировка концепции бизнеса | Снижение рыночной активности и динамики производства и потребления |
| **3.** | Превышение бюджета проекта | Нехватка средств для текущих нужд | 3 | 5 | Высокий | Перераспределение средств внутри проекта | Нерациональное планирование затрат. |
| **4.** | Превышение сроков проекта | Увеличение затрат на привлечение дополнительных рабочих | 2 | 3 | Средний | Планирование работ с резервом времени, введение дополнительных ресурсов | Нерациональное планирование работ и неэффективное использование ресурсов, простои или потери, неполная загруженность мощностей |
| **5.** | Недостижение плановых объемов производства | Повышение уровня затрат, увеличение сроков окупаемости инвестиций | 2 | 5 | Высокий | Повышение лояльности клиентов посредством проведения маркетинговых акций | Неэффективная рекламная политика |

# Анализ безубыточности

В данном случае, проведенный анализ безубыточности позволит ответить на вопрос: «Сколько необходимо обслуживать клиентов в месяц, при средней продажной стоимости в 150 рублей, чтобы компенсировать все расходы кафе-кондитерской». В таблице 17 представлены сводные результаты необходимых показателей.

Таблица 17. Показатели анализа безубыточности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Показатель** | **На один заказ клиента** | **Месяц** |
| Постоянные затраты |  | 133 000 |
| Переменные затраты | 55 | 1 650 |
| Отпускная цена за сутки | 150 |  |

В таблице 18 представлен анализ безубыточности. Оранжевым цветом выделена точка безубыточности, выше неё находится зона убытков, ниже её – зона прибыли.

Таблица 18. Анализ безубыточности

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Количество заказов** | **Постоянные затраты** | **Переменные затраты** | **Суммарные затраты** | **Выручка от реализации** | **Прибыль** |
|
| 0 | 133 000 | 0 | 133 000 | 0 | -133 000 |
| 200 | 133 000 | 11 000 | 144 000 | 30 000 | -114 000 |
| 400 | 133 000 | 22 000 | 155 000 | 60 000 | -95 000 |
| 600 | 133 000 | 33 000 | 166 000 | 90 000 | -76 000 |
| 800 | 133 000 | 44 000 | 177 000 | 120 000 | -57 000 |
| 1 000 | 133 000 | 55 000 | 188 000 | 150 000 | -38 000 |
| 1 200 | 133 000 | 66 000 | 199 000 | 180 000 | -19 000 |
| **1 400** | **133 000** | **77 000** | **210 000** | **210 000** | **0** |
| 1 600 | 133 000 | 88 000 | 221 000 | 240 000 | 19 000 |
| 1 800 | 133 000 | 99 000 | 232 000 | 270 000 | 38 000 |
| 2 000 | 133 000 | 110 000 | 243 000 | 300 000 | 57 000 |
| 2 200 | 133 000 | 121 000 | 254 000 | 330 000 | 76 000 |
| 2 400 | 133 000 | 132 000 | 265 000 | 360 000 | 95 000 |

Используя данные таблицы 18 можно построить график безубыточности, представленный на рисунке 3.

Рисунок 3 – График безубыточности

Данный анализ показал, что для достижения точки безубыточности необходимо ежемесячно обслуживать 1400 заказов со средней суммой чека в 150 рублей.

# Сроки окупаемости

Период окупаемости рассчитывается по формуле (2):

, (2)

где  - показатель окупаемости инвестиционного проекта, лет;

 - размер первоначальных инвестиций, руб.;

 - чистый годовой приток от реализации бизнеса, руб.

Для того, чтобы узнать чистый годовой денежный приток от реализации бизнеса, были использованы данные таблицы 17, а именно минимальная месячная прибыль из зоны прибыли, которая равна 19 000 рублей. Таким образом, был получен искомый коэффициент (), который равен 228 000 рублей.

Согласно формуле (2) был рассчитан показатель окупаемости инвестиционного проекта, который равен 3,1 года:



1. Высокий, средний, низкий в зависимости от вероятности наступления и степени влияния риска. Риски с наибольшей вероятностью наступления и высокой степенью влияния будут иметь высокий уровень, риски же с наименьшей вероятностью наступления и низкой степенью влияния соответственно низкий уровень. [↑](#footnote-ref-1)