

# БИЗНЕС - ПЛАН

(новый инвестиционный проект)

Общество с ограниченной ответственностью

Предприятие : ООО **“Сытопяно”**

Адрес: \_\_\_\_\_ индекс и полный адрес предприятия

Телефон, факс: \_\_\_\_\_

Полное наименование проекта: Открытие кафе вместимостью на 60 посадочных мест, ориентируемого на посетителей среднего класса.

Дата начала реализации проекта: “ XX ” месяц  2013 год..

Проект подготовили: Жвалик А.С., Князева Н.Д.

Дата составления: “ 10 ” марта  2013 год.

## Краткий обзор проекта ( резюме ).

**Наименование проекта** - кафе « Сытопьяно». Предполагается открытие кафе , вместимостью 60 посадочных мест, ориентированного на посетителей среднего класса.

### Инициаторы проекта:

Жвалик Алексей Сергеевич

- Имею среднее полное образование (МБОУ СОШ № 30 г. Хабаровск)
- Получаю высшее образование (Дальневосточный государственный университет путей сообщения; студент очной формы обучения по специальности маркетинг услуг, курс первый)

Князева Наталья Дмитриевна

- Имею среднее полное образование (МБОУ СОШ № 30 г. Хабаровск)
- Получаю высшее образование (Дальневосточный государственный университет путей сообщения; студентка очной формы обучения по специальности маркетинг услуг, курс первый)

**Место нахождения предприятия:** Планируется открыть кафе в центре г. Хабаровск в арендуемом здании на первом этаже с отдельным входом, имеющейся рядом автостоянкой и автобусной остановкой.

**Начало работы предприятия** - « с нуля».

**Цель** - Оказание качественных услуг общественного питания для посетителей со средним уровнем дохода.

### Законодательные основы.

*Выбранная система налогообложения в виде Единого налога на вмененный доход т.к для кафе исчисления налогообложения производится следующим образом :*

*( кв.м \*1000 рублей)\*34%*

**Организационно - правовая форма предприятия, избранная инициаторами проекта** - Общество с ограниченной ответственностью.

# Описание предприятия и продукции (бизнес идея проекта).

*Организационно - правовая форма предприятия, избранная инициаторами проекта - ООО.*

**Размер уставного капитала** предприятия составляет 1,405, 600 рублей,  
из них:

- Субсидия центра занятости (планируется трудоустроить 10 человек - сотрудники кафе и инициаторы проекта 12\*58,800=705, 600 рублей)
- Кредит в Фонде поддержки малого предпринимательства Хабаровского края - 700 000 рублей

## Профиль деятельности предприятия:

предполагается открытие кафе демократического типа вместимостью 60 человек посадочных мест, ориентированного на посетителей среднего класса. Основу кафе будет составлять смешанная кухня. В идеале в кафе должны быть представлены блюда русской и европейской кухни. Способ обслуживания клиентов - через систему официантов. Время работы с 10:00 до 23:00

## Персонал:

Штат будет состоять из 12 человек: два повара, два кондитера, три официанта, один бармен, двое подсобных рабочих, бухгалтер и директор.

*Зарботная плата - сдельно - премиальная*

# Описание ситуации на рынке, основные конкуренты, риски нового предприятия.

## Характеристики рынка:

Современные предприниматели всё чаще обращают свои взоры на рынок предоставления услуг в сфере общественного питания. Оно и немудрено - уровень жизни в нашей стране постепенно растёт, что позволяет всё большему количеству граждан не экономить на питании. Очень многие бизнесмены, офисные работники, менеджеры и т.д. предпочитают экономить своё время, ежедневно питаясь в кафе. Поэтому идея открыть кафе - это хороший способ начать свой бизнес.

У россиян сейчас модно назначать встречи в кафе или же просто спонтанно забежать в кафе, чтобы выпить чашечку ароматного эспрессо в морозный зимний день. В кафе идут студенты, когда у них «окно» в расписании, и мамы с детьми которые просят кусочек торта, запивая его чашечкой горячего шоколада. В кафе подростки проводят свои дни рождения, а домохозяйки сплетничают с подругами. Офисные работники и многие другие заходят в кафе, чтобы хорошенечко подкрепиться. Почему именно в кафе? Прежде всего, демократичность. В кафе можно смело идти, имея в кармане всего 200 - 300 рублей. Затраты одного посетителя в предполагаемом кафе будут составлять 200 - 300, именно благодаря демократичности цен, по мнению рестораторов, кафе в меньшей степени (чем рестораны) подвержены влиянию кризиса.

**А. Рынок производителей:** Предприятие планирует закуп продуктов и полуфабрикатов на оптовой базе г. Хабаровск, что снимает затраты по доставке т. к. доставка по городу бесплатна.

**С. Рынок промежуточных продавцов:**

Предприятие планирует изготовление кондитерских изделий для приобретения и распространения в продовольственные магазины и перепродажа их населению. Приём заказов и изготовление кондитерских изделий посетителей (дни рождения и юбилеи) Организация детских праздников дней рождений, юбилеев, банкетов. Следующим шагом будет определение сегментов рынка и характеристика потребителей.

## Анализ рынка - основные конкуренты.

Основным конкурентом является кафе - «Чашка Чая».

Анализ предприятия кафе «Чашка Чая»:

### Внутренние факторы

#### Сильные стороны

- Месторасположение (рядом с авто – стоянкой и автобусной остановкой)
- Постоянные клиенты
- Интерьер

#### Слабые стороны

- Обслуживание (долгое ожидание, отсутствие квалифицированных работников)
- Скользкий пол
- Маленький ассортимент (меню постоянное)
- Высокие цены

### Внешние факторы

#### Возможности

- Материальное стимулирование
- Обучение персонала
- Расширение ассортимента
- Запас продуктов
- Альтернативные источники электроснабжения и теплоснабжения
- Проведение рекламной кампании

#### Угрозы

- Повышение налогов
- Повышение цен на продукты
- Появление новых конкурентов

## Анализ рисков.

1. Возможность появления новых конкурентов.
2. Неудовлетворенность клиентов качеством продукции .
3. Снижение общего уровня покупательской способности.
4. Изменение потребительских предпочтений.
5. Рост инфляций.

## Меры по сокращению рисков .

1. Материальное стимулирование.
2. Обучение персонала.
3. Расширение ассортимента продукции.
4. Достаточный запас продукции.
5. Альтернативные виды электро- и теплоснабжения.

## Преимущество продукции и услуг предприятия, его сильные и слабые стороны, стратегия маркетинга, сбыт.

По замыслу инициаторов проекта кафе рассчитано на оказание качественных услуг общественного питания, для посетителей в дневное время суток со средним уровнем доходов и разной возрастной группой, то есть студенты, офисные работники, мамы с детьми и случайные покупатели. В кафе будет богатый выбор меню: первые и вторые блюда, салаты, закуски, блины кулинарная выпечка (торты, пирожное) и конфеты ручной работы. Десерты, различные сорта зеленых, черных и травяных чаёв, коктейли, муссы и мороженное собственного приготовления.

Так же в кафе планируется организация юбилеев, детских дней рождений и банкетов. В кафе будет действовать правило, что именинник получает в подарок фирменный торт. Это будет способствовать тому, что родители или юбиляры отдадут своё предпочтение на то чтобы отмечать свой праздник в нашем кафе.

## Стратегия маркетинга:

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам, а так же расширение ассортимента изделий.

Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счёт стимулирования объема продаж, создания положительного имиджа кафе.

Исходя из целей и стратегий маркетинга, а так же с учетом эластичности спроса, установление цен будет осуществляться методом «издержки + прибыль» с учетом величины спроса и поведения конкурентов.

Цены на продукцию в кафе будут рассчитываться из уровня, способа, и издержек ценовой прибыли.

## Рекламная деятельность.

- 1.Реклама через средства массовой информации.
- 2.Реклама на транспорте: такси, автобусах.
- 3.Распространение брошюр.

Расходы на маркетинг планируется финансировать за счет фонда развития производства.

## Уровень запасов и процент потерь.

Так как вторые блюда будут готовиться из полуфабрикатов, то в кафе должно постоянно поддерживаться достаточные запасы полуфабрикатов. На первые блюда и салаты овощи (фрукты) будут покупаться в магазине на количество предполагаемых порций. Для приготовления кондитерских изделий так же будет сделан запас из нескоропортящихся продуктов приобретенных на оптовой базе. Исходя из вышесказанного можно сделать вывод , что при таком подходе процент потерь будет максимально минимальным то есть более приближен к нулю.

## Сбыт продукции.

Реализация продукции будет происходить в главном зале через систему официантов.

## План сбыта:

В разрезе по категориям план сбыта (в денежном выражении) будет выглядеть следующим образом:

Салаты и легкие закуски (15%)

Первые блюда (10%)

Вторые блюда (25%)

Десерты (30%)

Напитки (безалкогольные) (20%)

Представленная структура была определена путем наблюдения за покупательским поведением посетителей кафе.

## Сравнительная таблица цен на некоторые товары:

№	Наименование товара	кафе	Чашка чая	Гриль
1	Салат «Цезарь»	150 руб.	200 руб.	210 руб.
2	Суп- пюре	70 руб.	90 руб.	80 руб.
3	Торт «Прага»	100 руб.	120 руб.	-
4	Картофель фри	50 руб.	50 руб.	70 руб.
5	Паста	180 руб.	210 руб.	240 руб.
6	Кофе Лотте	100 руб.	110 руб.	3 руб.

## На данный момент ставим перед собой следующие цели:

- ◎ **Максимально высокая прибыль:**  
она является основной целью, ради которой и создаётся предприятие. Под «максимально возможной» понимается прибыль, получаемая при полном использовании всех производственных и человеческих ресурсов.
- ◎ **Обеспечение на благосостояние рабочих:**  
нанимая рабочих, мы берем на себя ответственность за их уровень жизни соответственно, чем выше этот уровень, тем значительней кажется эта организация.
- ◎ **Положение на рынке:**  
В эту цель входит завоевание основной доли рынка общественного питания в г. Хабаровск.
- ◎ **Максимальная производительность:**  
Эффективное использование всех видов ресурсов в полной мере.
- ◎ **Разработка производства продукта и обновление технологии:**  
только лишь с внедрением новых современных технологий, постоянно улучшающих качество изделий и расширяющих список выпускаемой продукции, предприятие может добиться успеха.

Производимую продукцию планируется производить только в кафе. Планируется при увеличении объема продаж наладить доставку в офисы и предприятия. Продукция кафе не будет распространяться через другие кафе или столовые. Для достижения поставленных целей планируется развернуть рекламную компанию с целью ознакомления потребителей продукцией и ценами на нее.

## Отдельные аспекты, которые следует учесть при оказании услуг общественного питания.

Как указано в письме Роскомторга от 15 июля 1996 г. № 1-806/32-9 «О действующей нормативной документации для предприятий общественного питания», любые предприятия общественного питания независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, а также иные лица, занимающиеся деятельностью в сфере общественного питания, должны руководствоваться следующей нормативной и технологической документацией:

- Правилами оказания услуг общественного питания, которые в настоящее время утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 1997 г. № 1036 (в редакции изменений от 21 мая 2001 г.);
- ГОСТом Р 50763-95 «Общие технические условия. Общественное питание. Кулинарная продукция, реализуемая населению», утвержденным постановлением Госстандарта России от 5 апреля 1995 г. № 199 (указанным нормативным актом определены общие технические требования к кулинарной продукции, к ее реализации, требования охраны окружающей среды, правила приемки, упаковки и маркировки, транспортирования и хранения);
- ГОСТом Р 50762-95 «Общественное питание. Классификация предприятий», утвержденным постановлением Госстандарта России от 5 апреля 1995 г. № 198 (определены общие требования к предприятиям общественного питания, а также требования к предприятиям общественного питания того или иного типа).

Согласно данному классификатору под кафе понимается предприятие по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции. Кафе реализует фирменные, заказные блюда, изделия и напитки.

- ГОСТом Р 50764-95 «Услуги общественного питания. Общие требования», утвержденным постановлением Госстандарта России от 5 апреля 1995 г. № 200 (приведена классификация услуг общественного питания, установлены общие требования к услугам общественного питания, требования безопасности и экологичности услуг; методы оценки и контроля качества услуг).

В соответствии с положениями данного стандарта услуга питания кафе представляет собой услугу по изготовлению и реализации кулинарной продукции и покупных товаров в ограниченном ассортименте по сравнению с предприятиями других типов и в основном несложного изготовления, а также по созданию условий для их потребления на предприятии.

В свою очередь услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий включают в себя изготовление кулинарной продукции и кондитерских изделий по заказам потребителей, в том числе, в сложном исполнении и с дополнительным оформлением; изготовление блюд из сырья заказчика; услугу повара, кондитера по изготовлению блюд, кулинарных и кондитерских изделий на дому.

Услуги по организации отдыха включают в себя организацию музыкального обслуживания; организацию проведения концертов, программ варьете и видеопрограмм; предоставление газет, журналов, настольных игр, игровых автоматов, биллиарда.

- ОСТом 28-1-95 «Стандарт отрасли. Общественное питание. Требования к производственному персоналу», утвержденным Комитетом Российской Федерации по торговле 1 марта 1995 г. (установлены общие требования к производственному персоналу, а также требования к конкретным должностям и профессиям);
- СанПиН 42-123-4217-86 «Санитарные правила. Условия, сроки хранения особо скоропортящихся продуктов»;
- Сборниками технологических нормативов издания 1994–1996 гг., рецептурами блюд и кулинарных изделий кухонь народов России издания 1992 г., рецептурами блюд диетического питания издания 1988 г., рецептурами мучных кондитерских и хлебобулочных изделий издания 1986 г., «Торты, пирожные, кексы, рулеты» издания 1978 г. (изданы и продаются в качестве брошюр);
- Технологическими инструкциями на мучные кондитерские изделия, утвержденными ВНИИ кондитерской промышленности (1992 г.), Сборниками рецептов на хлеб и хлебобулочные изделия, утвержденными Управлением хлебопекарной и макаронной промышленности (1986 г.), Сборниками технологических инструкций для производства хлебобулочных изделий, утвержденными Министерством хлебопродуктов СССР (1989 г.), Сборниками государственных стандартов на хлебобулочные изделия, утвержденными Госстандартом России (1996 г.).

# Оборудование для кафе.

№	оборудование	количество	Сумма(руб.)	ИТОГО
1	Электроплита	2	30000	60000
2	Духовой шкаф	1	33000	33000
3	Посудомоечная машина	1	26000	26000
4	микроволновка	2	5000	10000
5	пароварка	2	5000	10000
6	фритюрница	1	5000	5000
7	Флизер для мягкого мороженого	1	43000	43000
8	льдогенератор	1	26000	26000
9	сокоохладитель	1	29000	29000
10	соковыжималка	1	8000	8000
11	Кофе - машина	1	43000	43000
12	Машина для молочной пенки	1	5500	5500
13	чайник	1	2500	2500
14	холодильник	2	12000	24000
15	Холодильный ларь	3	11800	35490
16	Печь для выпечки кондитерских изделий	1	50000	50000
17	Блендер(производственный )	1	11500	11500

18	Электро -шашлычница	1	6500	6500
19	кондиционер	1	10000	10000
20	вытяжка	1	10000	10000
	Вспомогательное оборудование			
21	Кассовый аппарат	1	20000	20000
22	Барная стойка	1	150000	150000
23	Мебель (столы, стулья)	20; 50;	70000; 60000;	130000
24	компьютер	1	30000	30000
25	телевизор	1	40000	40000
26	Витрина в зале	1	40000	40000
27	принтер	1	5000	5000
28	Вешалка для одежды	2	3000	6000
29	Куханный инвентарь		100000	100000
30	Стол производственные из нержавеющей стали	4	37816	37816
31	Шкафы для хранения чистой посуды	2	20000	40000
32	Моечная ванна	1	6000	6000
	итого			1053500

Следующим шагом станет разработка меню для кафе.

Меню, идеально подходит для кафе демократичного типа:

Салаты - 10 видов (оливье, мясной, овощной, фруктовый, из свежей капусты, винегрет, острый морковный салат, цезарь, мимоза, сырный).

Закуски - 6 видов (сырная нарезка, колбасная нарезка, овощная нарезка, фруктовая нарезка, мясная нарезка, рыбная нарезка).

Первые блюда - 6 видов (суп- пюре, борщ, томатный суп, грибной суп, фирменный суп, картошка по- французский ).

Горячие мясные блюда - 7 видов (отбивные, котлеты, шницель, биточки, жареное мясо, окорочка, шашлык ).

Гарниры к мясу - 5 видов (картофель варёный, картофель жареный, картофель- фри, рис, паста)

Десерты - 10 видов.

Напитки (алкогольные и безалкогольные) - 50 видов.

После того, как все шаги по организации кафе проделаны - необходимо переходить к поиску и набору персонала.

Себестоимость продукции складывается из постоянных и переменных затрат.

*К постоянным затратам относится:*

- затраты на аренду помещения;
- коммунальные платежи;
- затраты на оплату труда рабочим;

*К переменным затратам будет относиться:*

- затраты на сырье;

## Инвестиции (тыс. руб.)

№	Наименование вложений	Стоимость
1	Оборудование, мебель, кухонный инвентарь в т.ч. доставка и монтаж.	1 100 000
2	Организационные расходы , в т.ч. регистрация , изготовление печати, услуги нотариуса)	4000
3	Первоначальные расходы на рекламу	30 000
4	Расходные материалы (продукты)	80 000
5	Ремонт	140 000
6	Расходы первого месяца аренда, электроэнергия	40 000
7	<b>Итого:</b>	<b>1 405 600</b>

## Источники финансирования проекта (тыс. руб.)

№	Наименование вложений	Стоимость
1	Субсидия Центра занятости	705 600
2	Заемные средства (Фонда поддержки малого предпринимательства)	700 000
3	<b>Итого:</b>	<b>1 405 600</b>

Таким образом, из всего вышесказанного  
можно сделать вывод, что у  
предприятия (кафе)  
есть довольно перспективная  
маркетинговая возможность выхода на  
рынок общественного  
питания.

Спасибо за ваши  
денежки 😊

Выполнили студенты 317 гр. Жвалик А.С. и Князева Н.Д