

Бизнес-план по теме Мобильная кофейня



Выполнила:
студентка группы
ПСА-218
Овчинникова
Елизавета

Роль и назначение бизнес-плана

- Бизнес-план – это форма представления проекта в виде компактного документа, содержащего основные сведения об условиях инвестирования, целях и масштабах проекта, объеме и номенклатуре намечаемой к производству продукции, потребных ресурсах, конкретную программу действий по его осуществлению, возможные экономические и финансовые результаты.
- Это детальное изложение целей, условий, путей и эффективности осуществления проекта.
- Основное назначение и задача бизнес-плана: дать целостную оценку условиям, перспективам, экономическим и социальным результатам реализации проекта
- Цель: создать свой бизнес-план по реализации бизнес идеи мобильной кофейни



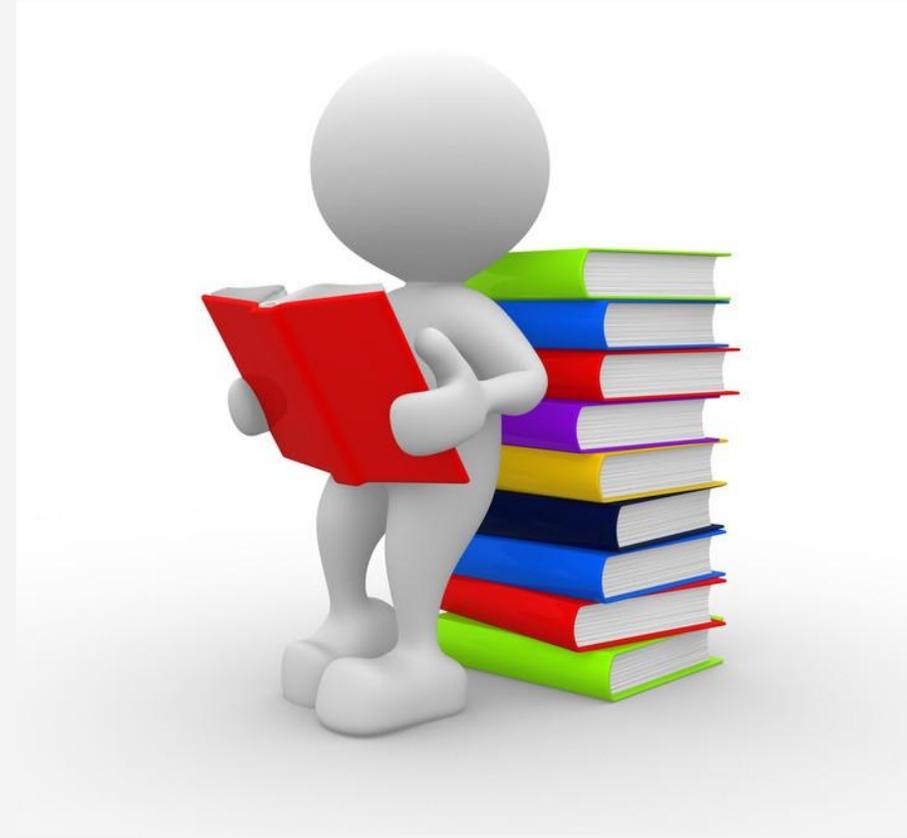
Почему именно мобильная кофейня как бизнес-план?

- Мобильная кофейня обеспечивает людей горячими и холодными напитками в общественных местах: на мероприятиях, в парках, на улицах. Приобрести стаканчик по дороге на работу для многих стало приятным ежедневным ритуалом. Привлекательность этого бизнеса в том, что он имеет относительно низкий порог входа, а кофейный напиток — традиционно высокомаржинальный продукт.
- Мобильность точки не освобождает от арендной платы, но значительно снижает её размер и даёт больше пространства для манёвра. Кроме того, для начинающего предпринимателя это шанс попробовать свои силы и относительно безболезненно выйти из дела, если потребуется.



Сумма первоначальных инвестиций:

- Сумма первоначальных инвестиций — 843 000 рублей;
- Ежемесячные затраты — 202 281 рубль;
- Ежемесячная прибыль — 54 727 рублей;
- Срок окупаемости — 17 месяцев;
- Точка безубыточности — 3 месяц;
- Рентабельность продаж — 30%.



Описание бизнеса, продукта или услуги

Мобильная кофейня — это полностью автономная машина, фургон или микроавтобус, оборудованная для приготовления и продажи кофе и сопутствующих товаров.

Главный продукт — натуральный кофе из свежемолотых кофейных зёрен, который подаётся в картонных стаканчиках разного объёма.

Примерный ассортимент:

1. американо
2. капучино
3. латте
4. какао
5. чай.



- Предприниматели отмечают, что до 80% всех продаж приходится на капучино. В напитки можно добавлять сиропы и посыпки, дополнительно продавать печенье, вафли и другие закуски.
- Кофе — это товар импульсного спроса, поэтому автомобиль должен выглядеть привлекательно и располагать к покупке. Для этого нужно разработать фирменный стиль и забрендировать кузов специальной плёнкой.
- Закупать продукты и расходные материалы можно у разных поставщиков или у одного, типа «МЕТРО». С зёрнами придётся поэкспериментировать, прежде чем удастся найти оптимальное соотношение цены и качества.
- К сожалению, не смотря на мобильность, законно торговать можно только в специально отведённом для этого месте. Чтобы заключить договор на установку нестационарного передвижного торгового объекта и получить разрешение на парковку кофе-точки на колесах, необходимо обратиться в местную администрацию для участия в конкурсе. С победителем заключается договор, в котором прописаны все условия цена аренды.



- Другой вариант легального размещения мобильной кофейни — заключение договора с частным собственником территории или участие в массовых мероприятиях.
- В автомобиль нужно установить оборудование для приготовления кофе, оснастить его дополнительным аккумулятором, изготовить и установить мебель. Также нужно будет арендовать гараж для хранения автомобиля и товарных остатков.
- Для ежедневной работы одной точки потребуются два сотрудника, которые будут совмещать роли баристы и водителя. Перед началом работы они должны пройти соответствующее обучение. В первое время одним из них может быть собственник бизнеса. При расширении до нескольких точек, нужно будет выделить должности управляющего и снабженца.



Покупка оборудования

Поскольку рынок оборудования для кофеен не испытывает недостатка в типах и видах кофеварок, фурнитуры, посуды и расходного материала, то для начальной стадии бизнеса следует делать выбор в пользу специальных модулей для кофеен, которые мобильны и их можно быстро переместить, увеличить производство. Для оборудования мини кофейни необходимы следующие элементы оборудования:

- Основная барная стойка
- Кофе-миксер и кофеварка
- Прилавок-витрина для выпечки
- Оборудование для мойки посуды
- Мини холодильник для льда (для коктейлей)
- Соковыжималка
- Униформа для персонала
- Посуда и расходный материал (салфетки, фирменные подставки под чашки, визитные карточки)

Все это можно приобрести как готовый модуль или же приобретать у разных поставщиков, в том числе и через интернет – магазины.



Другим важным элементом для постановки процесса является:

- Закупка зернового кофе, чая
- Заключение договора на поставку выпечки
- Поиск и наем персонала (для стандартного формата мини кафе на 3-4 столика достаточно 2 человек при сильной загруженности)

Таким образом, сама технология постановки бизнеса не займет много времени и на решение всех технических вопросов может потребоваться не более 2х месяцев.



Описание рынка сбыта

Согласно данным аналитиков из Knight Frank, ежегодный прирост по количеству кофеен всех типов в России составляет в среднем 3%, кофеен типа «кофе на вынос» — 7%. И в ближайшем будущем темпы прироста могут увеличиться — этому способствует развитие культуры потребления кофейных напитков.

Целевую аудиторию можно разделить на несколько групп.

- Гуляющие горожане, например, мамы с детьми,
- Студенты, по пути на учёбу или во время перерыва,
- Офисные работники, которые приобретают кофе с утра, во время обеда или после работы,

Бизнес подвержен сезонным колебаниям спроса, связанным с уровнем комфорта от пребывания на улице. Пик продаж приходится на апрель-май, когда уставшие от зимы люди, открывают сезон прогулок. Низкий сезон ноябрь—декабрь — на улице холодно. С февраля до начала марта спрос вновь растёт.

Прямые конкуренты — расположенные поблизости точки с кофе на вынос. Возможные конкурентные преимущества: лучшее качество напитка, больший объём стакана, бесплатные бонусы (сиропы, конфета или печенье), широкий ассортимент.



Поставки

Искать первых поставщиков можно в интернете. В целом, поиск может быть удачным. Например, можно найти поставщика для стаканчиков, трубочек, ложечек и так далее. Обязательно заказывать семплы — несколько штук для теста. Это, конечно, не дает гарантий. Например, пробные стаканчики были хорошими, а когда мы заказали крупную партию во второй раз — протекали. Когда недовольны качеством поставок, то сменой поставщика решить вопрос возможно и не получится — посредников больше, чем производителей и выяснить не закупается ли ваш новый потенциальный партнер там же где и старый практически невозможно. Не переставайте искать лучшие варианты, даже если вас все устраивает. И держите под рукой запасные варианты.



Продажи и маркетинг

- Важнейшим критерием успеха для мобильной кофейни является местоположение. При выборе нужно ориентироваться на ежедневную проходимость, наличие прямых конкурентов и заинтересованность потенциальных покупателей в продукте.

Примеры подходящих мест:

- по дороге в учебные заведения и бизнес-центры,
- вблизи остановок общественного транспорта,
- у входа в парки,
- вблизи вокзалов.



Основной рекламной площадкой будет сама точка, поэтому нужно уделить внимание тому, чтобы она была узнаваемой и привлекательной, а бариста был опрятен и одет в фирменную униформу.

Средний чек зависит от региона и места расположения кофейни, для расчётов он равен 125 рублям. Что касается объёмов продаж, то можно ориентироваться на 50 чашек в день по будням и 150—200 в выходные.

Другой формат работы на выезде — кейтеринг. Обычно заказчик вносит определённую сумму, а исполнитель наливает его гостям напитки.

Преимущества и недостатки бизнеса

Бизнес связан с плюсами и минусами. Преимуществами считаются:

- Эффективность. Если грамотно подойти к развитию компании, она принесет много прибыли.
- Минимальные стартовые инвестиции. Чтобы начать свое дело, не нужно покупать много оборудования, нанимать персонал и арендовать большое помещение. На старте клиентами занимается предприниматель.
- Высокий спрос. Кофе с собой любит молодежь, работающие люди.
- Мобильность. Передвижные ларьки легко перемещать в места скопления целевой аудитории.
- Высокая скорость создания бизнеса. На запуск кампании потребуется меньше месяца.
- Возможность развития. Если бизнес идет в гору, создайте дополнительную точку.
- По прогнозам спрос на кофе с собой не спадет в ближайшие 10 лет.

Однако недостатки тоже присутствуют. Вы столкнетесь с большой конкуренцией. Оформлять заведения общепита сложно.



Продвижение

- Начали мы с разработки фирменного стиля. Сначала появилось название. Можно найти дизайнера, которая вместе с отделом маркетинга подберет к нему зазорный цвет фуксии и задала общий стайлгайд.
- Затем следует сделать вывеску — чтобы люди видели нас на улицах города Стерлитамак.
- Продолжить можно раздачей листовок.
- Также можно запустить таргетированную рекламу через Facebook и Instagram, поскольку там можно задавать геотаргетинг по конкретному адресу.
- Есть и еще один хитрый прием — сбор mac-адресов. Это уникальный адрес смартфона, который считывается, когда устройство ищет сети wi-fi. Можно ловить адреса всех, кто находится в определенном радиусе, а потом заливать их в Яндекс.директ или My target для рекламы Вконтакте.
- Важный этап раскрутки заведения — акции. Лучше всего заходит система лояльности. Например в начале это 4-й кофе в подарок, затем (когда мы уже соберем постоянных клиентов) 6-й, теперь же наливаем бесплатно только в свою посуду. Не то, чтобы жалко стаканов — это часть нашего эко-френдли позиционирования. Это позиционирование помогло нам сэкономить не только на стаканчиках.



Местоположение мобильной кофейни

- Местоположение нашей мобильной кофейни может быть разное, так как наша кофейня на колесах. Это очень удобно, так как наша мобильная кофейня может быть где угодно и когда угодно. В зависимости от сезонности кофейня будет перемещаться по разным местам нашего города Стерлитамак.
- Зимой и осенью в плохие погодные условия многие места и парки не пользуются большим скоплением людей т.к. на это влияет холод, ветер, снег, дождь и град. И поэтому наша кофейня будет стоять возле торговых центров, таких как Арбат, Фабри, Сити-молл, Гермес, Колхозном рынке, а так же зимних развлекательных местах. Ведь всем хочется согреться, хорошим горячим и главное вкусным напитком.
- Летом и весной, когда уже хорошая погода и люди много гуляют и сидят в парках, наша мобильная кофейня может стоять в парках (при возможности), возле парков, открытой части колхозного рынка и местах общепита, которые открыты в это время. Люди в это время могут порадовать себя вкусными охлаждающими напитками из нашей кофейни



Местоположение мобильной кофейни в нашем городе

Местоположение кофейни в разное время года

Зима и осень

-тц Сити-молл, тц Арбат, тц Фабри, тц Гермес;
-так же зимой кофейня может находиться на различных ледовых построениях(катках, различных ледовых горках) г.Стерлитамак.

Лето и весна

-Парк культуры и отдыха им. Ю.Гагарина, парк имени Жукова, парк культуры и отдыха Садовиков, парк возле кинотеатра Салават;
-различные тц г. Стерлитамак.



План производства

Мобильная кофейня относится к нестационарным торговым точкам. При этом в российском законодательстве не существует такого понятия, как «нестационарный объект общественного питания». В качестве кода ОКВЭД обычно указывают 47.9 «Розничная торговля вне магазинов». Форма собственности ИП, режим налогообложения УСН (15% от разницы между доходами и расходами).

Для ведения легальной деятельности у предпринимателя должны быть следующие документы:

- свидетельство о безопасности транспортного средства, переоборудованного под кофейню от ГИБДД,
- санитарно-эпидемиологическое заключение (СЭЗ) на вид деятельности,
- сертификат на кофе-машину и другое оборудование,
- медицинская книжка работника,
- разрешение на парковку кофе-точки.



План производства

Наименование	Количество	Цена за 1 шт.	Общая сумма
Автомобиль (фургон, б/у)	1	350000	350000
Аккумулятор гелевый	1	28000	28000
Преобразователь тока	1	20000	20000
Автономная отопительная система	1	40000	40000
Кофемашина	1	100000	10000
Кофемолка	1	30000	30000
Холодильник с морозильной камерой	1	25000	25000
Инвентарь бариста	1	10000	10000
Онлайн-касса	1	20000	20000
Внутренняя отделка и мебель	1	30000	30000
Брендинг автомобиля	1	40000	40000
Итого:			693000

Организационная структура

Постоянные расходы	Оклад	Количество сотрудников	Сумма	Средняя з/п в месяц на сотрудника
Водитель-бариста	20000	2	40000	33348
Страховые взносы			12000	
Итого ФОТ			52000	

Работники трудятся посменно. При такой организации бизнеса у собственника остаётся свободное время, и он занимается лишь контролем работы.

Полный расчет ФОТ на 24 месяца с учетом премиальной части и страховых взносов представлен в финансовой модели.



Финансовый план

Инвестиции на открытие

Регистрация, включая получение всех разрешений	30000
Разработка логотипа и фирменного стиля	70000
Закупка продуктов и расходных материалов	50000
Закупка оборудования	693000
Итого	843000



Ежемесячные затраты

ФОТ (включая отчисления)	78695
Аренда торгового места	10000
Техобслуживание автомобиля	5000
Аренда гаража	6000
ГСМ	5000
Закупка продуктов и расходных материалов	80086
Бухгалтерия (удаленная)	10000
Амортизация	7500
Итого	202281

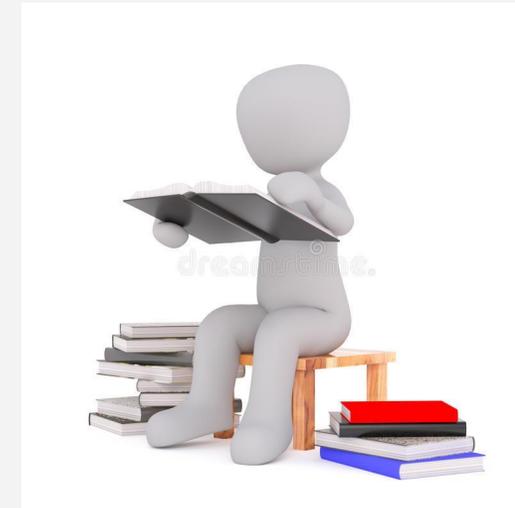


План продаж на 24 месяца с учетом сезонности, прогноз эффективности инвестиций и расчет экономических показателей бизнеса представлен в финансовой модели.



Факторы риска

- Поломка оборудования. Покупать новое оборудование, находящееся на гарантии. Вовремя проводить техническое обслуживание.
- Низкий уровень сервиса. Обучать сотрудников, как по приготовлению напитков, так и по обслуживанию клиентов, проводить экзамены.
- Сезонное падение спроса. Увеличить выручку можно введением новых позиций, соответствующих сезону, а также маркетинговыми активностями, например, раздачей листовок. Продвигать услуги выездной кофейни.
- Перебои с поставками сырья и материалов. Выбрать надёжных, иметь варианты поставщиков на случай форс-мажоров.
- Претензии со стороны государства. Вести деятельность полностью «в белую».



Заключение

- В итоге можно подвести вывод: открывать мобильную мини – кофейню выгодно. Особенно выгодно для тех, кто планирует работать там и сам. Конкуренция на этом рынке довольно большая, поэтому необходимо тщательней отнестись к выбору места дислокации и напиткам, которые будут продаваться в кофейне.
- Ингредиенты для приготовления любых кофейных напитков продаются во всех крупных городах, по доступным ценам. Я бы даже сказала по очень низким ценам, поэтому примерная себестоимость производимого кофе составляет от 12 до 20 рублей.
- Нанимать следует продавцов, которые имели опыт, если, конечно же, нет необходимых знаний.
- В общем, такой вид заработка весьма актуален, если, конечно же, соблюдены все необходимые условия.

