

**Работу выполнили:  
Студентки 2 курса  
Группы ГД-18-11-1  
Махнева А.  
Битюкова Н.**



**БИЗНЕС-ПЛАН  
КОФЕЙНИ  
«KAKAO FRIENDS»**



# РЕЗЮМ

## Е

Кофейня «Kakao friends» отличается от других заведений общественного питания широким ассортиментом сортов кофе, кондитерских изделий, холодные и горячие закуски. Основная идея – организация уютного пространства для отдыха. Упор делается не только на скорость, но и на качество обслуживания клиентов. Официанты и бариста являются отличными консультантами по всем предлагаемым напиткам и блюдам.

Целью проекта является открытие кофейни «Kakao friends» в городе Тюмени Тюменской области. Планируется аренда помещения внутри торгового центра «Кристалл», располагающегося на улице Дмитрия Менделеева, 1А в городе Тюмени. Данное место имеет каждодневный большой поток людей. В настоящее время заключается договор с администрацией здания, согласно которому помещение площадью в 180 кв.метров будет арендоваться нами. Так как выбранное помещение уже оборудовано под заведение общественного питания, будет лишь проведен косметический ремонт.

В подготовительный период нам необходимо выполнить следующий объем работ: получить кредит в банке ПАО «Сбербанк», заключить договор на аренду помещения, закупить необходимое для организации производственного процесса оборудование, произвести косметический ремонт с дизайном, произвести подбор персонала, заключить договора на поставку сырья и расходных материалов, получить разрешения на продажу продуктов питания и оказание услуг в сфере общественного питания.

Таким образом затраты на аренду, косметический ремонт и дизайн помещения будут составлять  $1\,190\,000 + 500\,000 = 1\,690\,000$  рублей.

Приобретая оборудование и оргтехнику затраты возрастают и по итогу на открытие кофейни «Какао friends» потребуется 3 114 072 рублей. Сюда также входят оборотные средства на оплату продукции поставщикам после истечения срока отсрочки платежа и выплату заработной платы, поэтому было принято решение взять кредит в банке на сумму 3 114 072 рублей.

- ❖ Срок окупаемости составляет от 10 месяцев.
- ❖ Первоначальные вложения будут равны 3 114 072 руб.
- ❖ Точка безубыточности достигается на 6 месяцев работы заведения.



# БИЗНЕС- МОДЕЛЬ

## *Ключевые партнёры кофейни:*

### *Кофе:*

- ❖ Корпорация «Хоган» (Южная Корея);
- ❖ «ProcaffeSpA», «LavazzaSpA» и «IllycaffèSpA» (Италия);

### *Десерты:*

- ❖ Компания «Кофемания».

### *Дизайн-студия:*

- ❖ «Art House» – авторская студия проектирования дизайна жилых и общественных помещений.

### ***Ключевые виды деятельности:***

- ❖ Предлагаем несколько сортов кофе и кондитерские изделия;
- ❖ Кофейня будет заниматься реализацией кофесодержащих напитков;
- ❖ Напитки будут высокого качества и сварены по оригинальной рецептуре.

### ***Предоставленная ценность:***

- ❖ Комфорт и творческая атмосфера кофейни;
- ❖ Создание уникальных горячих напитков, совмещая инновации, качество и творчество;
- ❖ Поддержание стиля во всем: от помещения до посуды и блюд;
- ❖ Дружелюбный персонал;
- ❖ Специально разработанное меню с разнообразием десертов и напитков.

## ***Взаимоотношения с клиентами:***

Прежде всего гостей привлекает качество нашего основного продукта – отборного кофе, который привозят из Италии и Южной Кореи. Кофе – напиток, приготовленный из зёрен высшей категории: их, тщательно выращивают и отбирают. В таких зернах минимум дефектов, что позволяет получить из них качественный напиток.

«Какао friends» – кофейня, сочетающая в себе кофейные напитки и легкие блюда – закуски. В меню есть несколько видов кофе, чая, кондитерских изделий и блюд легкого приготовления. Цены на продукцию – демократичные. По утрам на кофе действует скидка. Меню обновляется дважды в год: летом добавляются освежающие лимонады и холодный кофе, а зимой – горячие напитки с пряными нотами.

Так же у нас есть свой аккаунт в соц.сети – Instagram. В нем мы делимся новостями, общаемся с клиентами и запускаем партнерские акции, фотоконкурсы и флешмобы. За участие в конкурсах гости получают скидку, напиток или блюдо в подарок.

# АККАУНТ КОФЕЙНИ В



Kakao friends

[FOLLOW](#) ...

Кофейня посвящена персонажам мессенджера «Kakao Talk»  
Вкусно. Атмосферно. Для тебя.  
Работаем с 10.00 до 22.00 в ТРЦ «Кристалл»

336 posts   560 followers   286 following



## ***Клиенты:***

От 15 до 50 лет. Школьники, студенты, творческая интеллигенция, любители южнокорейской и японской культур.

## ***Ключевые ресурсы:***

### ***Материальные:***

- ❖ Аренда помещения – 180 кв.метров.
- ❖ Зал – 40-50 посадочных мест.
- ❖ Оборудование и оргтехника.

### ***Интеллектуальные:***

- ❖ Торговая марка.
- ❖ Клиентская база данных.
- ❖ Лицензия.

### ***Каналы сбыта:***

- ❖ Баннерная реклама.
- ❖ Соц.сети и печатные издания.



## ***Издержки:***

### *Разовые затраты:*

- ❖ Ремонт и дизайн помещения.
- ❖ Приобретение оборудования и оргтехники.

### *Постоянные затраты:*

- ❖ Аренда помещения.
- ❖ ЖКХ платежи и налоги.
- ❖ Маркетинговые расходы.
- ❖ Приобретение продуктов
- ❖ Заработная плата

## ***Доходы:***

При среднем чеке – 300 рублей и количестве посетителей 50 – 100 человек в день мы получаем дневную выручку: 5 – 20 т.руб. в день.

В месяц в среднем зарабатываем: 150 – 400 т.руб. Это при выходе кофейни на рабочую мощность. Месячная прибыль составит: 100 – 400 т.руб. Окупаемость – от года до полутора лет. Точка самоокупаемости при отсутствии просчётов наступает примерно через месяц – три месяца после начала работы.





# ОПИСАНИЕ ТОВАРА

В данном бизнес-плане мы рассматриваем открытие кофейни с наличием в меню широкого ассортимента кофе, чая, кондитерских изделий и закусок. Кроме того, в заведении предполагается наличие полноценной кухни. Меню обновляется дважды в год: летом добавляются освежающие лимонады и холодный кофе, а зимой – горячие напитки с пряными нотами.

Ассортимент напитков включает в себя не только классические позиции, такие как эспрессо, капучино, латте, американо, но и довольно широкий ассортимент чая, закусок. Мы предлагаем посетителям выбирать сиропы для заказанного ими напитка.

Разработкой меню напитков занимаются наши бариста, а разработкой меню кухни – шеф-повар и повар-кондитер.

<b>Авторский кофе</b>	<b>Цена</b>	<b>Авторская кухня</b>	<b>Цена</b>	<b>Авторский чай</b>	<b>Цена</b>
Раф Ассам	119 р.	Омлет с сыром	159 р.	Классический чай с молоком	99 р.
Раф Орео	119 р.	Рисовая каша с манго	109 р.	Чай Тавалон: Эрл Грей Резерв	119 р.
Матча Латте	179 р.	Хумус с питой	119 р.	Холодная мята	119 р.
Раф Ванильный	119 р.	Драники	89 р.	Королевская ромашка	119 р.
Раф Цитрус	119 р.	Блинчики: Классические С ветчиной и сыром	99 р. 119 р.	Жасминовый жемчуг	119 р.
Раф Сникерс	119 р.	С бананом и шоколадом С форелью	119 р. 219 р.	Нук завтрак	119 р.
Кофе классическое (американо, эспрессо, латте, капучино)	119 р.	Сэндвич С курицей С ветчиной С форелью)	169 р. 169 р. 119 р.		

Услуги заведения оказываются по двум направлениям:

- ❖ Основная услуга – обслуживание внутри заведения;
- ❖ Дополнительная услуга – меню «на вынос».

Режим работы кофейни:

- ❖ По будням с 10.00 до 22.00.
- ❖ В выходные дни (субботу) с 10.00 до 19.00

В случае успешной реализации проекта, возможно, мы будем сотрудничать с компаниями, которые специализируются на доставке. Проект также является уникальным за счет интерьера. Основная идея создания кофейни – это организация уютного пространства для отдыха. Оставляя всю лишнюю суету, клиент получает возможность насладиться ароматным напитком и авторской кухней в приятной компании.

Основные цвета интерьера: желтый, серый, черный и белый. В зале кофейни расположены огромные фигуры персонажей из популярного корейского мессенджера «Kakao Talk» с которыми вы, конечно же, можете сфотографироваться. Так же на стенах кофейни расположено множество картин с персонажами из «Kakao Talk». На каждом столике находятся маленькие атрибуты с данными персонажами – кнопки вызова официанта.





# АНАЛИЗ РЫНКА (РЫНОК СБЫТА)

При открытии кофейни «Kakao friends» мы ориентируемся на нашу целевую аудиторию. В целом, это люди от 15 до 50 лет. Можно провести более узкую сегментацию потребителей:

- Студенты от 20 до 25 лет. Основной трафик клиентов из данной категории приходится на утренние часы (с 8.00 до 10.00) и во время действия бизнес-ланча (с 12.00 до 16.00).
- Офисные работники от 25 до 40 лет. Приходят на бизнес-ланчи с 12.00 до 16.00. Иногда заходят поужинать после работы, т.е. после 18.00.
- Люди, работающие на руководящих должностях и совмещающие обед с деловыми переговорами. Время посещения: с 12.00 до 18.00.
- Домохозяйки, приходящие в кофейню с компанией, чтобы расслабиться и отвлечься от повседневных забот. Их посещаемость возрастает: с 11.00 до 15.00.

Для того, чтобы охватить максимальное количество сегментов потребителей, мы поддерживаем средний уровень цен, а также регулярно вводим специальные предложения.

Для того, чтобы выделиться среди огромного количества похожих заведений, мы разработали уникальное торговое предложение, а также поддерживаем неизменно высокий уровень качества блюд и сервиса. Что касается ценовой политики компании, то в данном сегменте эластичность спроса имеет высокое значение. То есть даже небольшое повышение цены значительно скажется на снижении спроса. Соответственно, к росту цен мы относимся очень осторожно.





# PEST- АНАЛИЗ

Прежде чем приступить к разработке маркетинговой стратегии для кофейни «Kakao friends», мы проанализировали состояние её внешней и внутренней среды для этого нами были использован PEST – анализ и SWOT-анализ.

PEST-анализ – маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании.

SWOT-анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней среды организации и разделении её на четыре категории: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.

## 1) Экономические факторы

*Экономическая ситуация и тенденции на данный момент:*

Ресторанный рынок России еще далек от насыщения. Очевидно, что основой для его развития является, прежде всего, уровень доходов населения, который упал, в связи с финансово-экономической ситуацией последних лет. В то же время, емкость данного рынка еще достаточно велика. В ресторанном бизнесе существуют отчетливые перспективы роста.

*Инвестиционный климат в отрасли:*

Кофейня «Kakao friends» рентабелен, приносит постоянный и стабильный доход, что является немаловажным фактором для инвестиционных вложений.

*Усиление конкуренции на рынке общественного питания:*

На рынке общественного питания высокая конкуренция, но уникальность кофейни «Kakao friends» позволяет занять одну из лидирующих позиций на данном рынке.

## 2) Политические факторы

*Текущее законодательство на рынке в отрасли общественного питания (ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», Постановление «Об утверждении правил оказания услуг общественного питания» и т. д):*

Негативно скажется, если произойдет ужесточение контроля за деятельностью предприятий общественного питания. Это приведет к увеличению затрат, направленных на соблюдение обязательных норм.

*Государственная поддержка малого бизнеса (упрощенная система налогообложения, субсидии):*

Если произойдет уменьшение налогового бремени, то это снизит затраты. Если же наоборот – увеличение, то затраты на ведение бизнеса возрастут.

*Платежеспособный спрос:*

Увеличение дохода населения будет способствовать росту посещаемости кофейни, что, соответственно, увеличит прибыль и рентабельность.

### **3) Социальные факторы**

*Прирост населения страны:*

Постепенное увеличение рождаемости, увеличивает потребительский сегмент.

### **4) Технологические факторы**

*Появление нового оборудования и инвентаря:*

Замена старого оборудования и инвентаря приведет к повышению эффективности работы «Kakao friends». Если же покупка инновационного оборудования произойдет у конкурентов, то это приведет к уменьшению конкурентоспособности кофейни.

# SWOT-

<b>1) Сильные стороны</b>	<b>2) Слабые стороны</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Удобное месторасположение – ТРЦ «Кристалл».</li><li>– Достаточно широкий ассортимент продукции.</li><li>– Наличие постоянных клиентов.</li><li>– Бесплатный доступ в интернет.</li><li>– Удобная парковка.</li><li>– Уютная обстановка.</li><li>– Современное оборудование.</li><li>– Высокое качество услуг и продукции.</li><li>– Средний уровень цен.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Наличие сильных конкурентов.</li><li>– Отсутствие твердой позиции на рынке.</li><li>– Недостаточный управленческий опыт.</li></ul>
<b>3) Возможности</b>	<b>4) Угрозы</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>– Открытие новых кофеин в других районах города.</li><li>– Привлечение новых клиентов за счет обширной маркетинговой компании.</li><li>– Переход к более эффективным стратегиям.</li><li>– Привлечение инвесторов.</li><li>– Привлечение постоянных поставщиков качественной продукции.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Возможность появления новых конкурентов.</li><li>– Снижение общего уровня покупательной способности.</li><li>– Неблагоприятная политика государства.</li><li>– Неудовлетворенность клиентов качеством продукции.</li><li>– Возрастающее конкурентное давление.</li><li>– Рост инфляции.</li></ul>



# ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

Для полноценной работы кофейни нам потребуется набрать в штат сотрудников по следующим вакансиям:

- ❖ **Управляющий.** Он организует работу торгового зала, следит за слаженной работой кухни и зала, своевременной отдачей блюд. Принимает на работу и занимается организацией обучения официантов и бариста. График работы: ежедневно с 10.00 до 22.00 (кроме вс).
- ❖ **Шеф-повар.** Основная обязанность – контроль за приготовлением и своевременной отдачей всех блюд. Шеф-повар составляет меню, обучает персонал, который находится у него в подчинении – повара-кондитеры, и следит за бесперебойной работой кухни. Также выбирает поставщиков. График работы: ежедневно с 10.00 до 22.00 (кроме вс).

- ❖ Повар-кондитер. Его зона ответственности — приготовление всех кондитерских изделий и закусок. Находится в подчинении у шеф-повара. График работы: 1/1 с 10.00 до 22.00.
- ❖ Бариста. Готовит все виды напитков: кофе, чай, прохладительные лимонады. Хорошо разбирается в сортах кофе, знает множество способов приготовления. Имеет приятную внешность, приветлив, общителен. Находится в прямом подчинении у управляющего. График работы: 2/2 с 10.00 до 22.00.
- ❖ Официант. В его обязанности входит сервировка столов, обслуживание и расчет клиента. Официант должен знать про каждое блюдо из меню: его ингредиенты, вкус, время приготовления, способ подачи. Официанты кофейни внешне привлекательны, имеют хорошую память и вежливо обслуживают каждого клиента. График работы: 2/2 с 10.00 до 22.00.

- ❖ Уборщица. Её основная обязанность – поддержание чистоты в зале, служебных помещениях, на кухне, при входе в кофейню. График работы: ежедневно с 10.00 до 22.00 (кроме вс).
- ❖ Бухгалтер. Ведет документооборот, сдает отчеты в контролирующие органы, снимает кассовые остатки, выдает заработную плату и т.д. График работы: ежедневно с 10.00 до 22.00 (кроме вс).

Зарботная плата сотрудников имеет форму оклада. Дополнительной мотивацией в работе обслуживающего персонала является получение чаевых. Чаевые делятся между участниками смены в конце каждого рабочего дня.



# Заработная плата сотрудников

Персонал	Кол-во	Зарплата на 1 сотрудника (руб.)	Зарплата Итого (руб.)
Управляющий	1	35 000	35 000
Шеф-повар	1	29 000	29 000
Повар-кондитер	2	23 000	46 000
Бариста	4	23 000	92 000
Официант	4	15 000	60 000
Уборщица	1	10 000	10 000
Бухгалтер	1	25 000	25 000
Общий фонд ЗП			236 000

При выборе персонала мы помним, что обслуживание является важнейшей составляющей ресторанного бизнеса. Люди возвращаются в те места, где их хорошо обслужили. Кроме того, отличительной чертой характера наших сотрудников является стрессоустойчивость. Все сотрудники, которые напрямую взаимодействуют с клиентами, умеют решать любые конфликтные ситуации в пользу клиента.

Ожидания клиента по поводу высокого уровня обслуживания оказываются оправданы, однако это не мотивирует клиента писать восторженные отзывы о нашем заведении. Однако в ситуации с плохим обслуживанием, посетитель стремится как можно дальше распространить негативные отзывы о нашей кофейне. Иногда дешевле подарить дополнительный десерт в качестве извинений, чем лишиться сразу нескольких потенциальных клиентов. Мы учли этот факт при формировании команды и обучении персонала.



# АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Основными конкурентами кофейни «Kakao friends» в данном сегменте рынка являются: кофейня «Максим», кофейня «optimist.coffee», кофейня «Garden Coffee». Ниже представлена таблица «Сравнительный анализ конкурентов».

Факторы конкуренто-сти	Кофейня «Kakao friends»	Конкуренты		
		«Максим»	«optimist.coffee»	«Garden Coffee»
Местонахождение	Дмитрия Менделеева, 1А	ул. Республики, 24/4	ул. Челюскинцев, 36	ул. Малыгина, 90
Уровень цен	Средний	Выше среднего	Средний	Средний
Ассортимент	Достаточно широкий: кофе, чай, кондитерские изделия горячие закуски.	Широкий: чай, кофе, десерты, меню завтраков, бизнес-ланчи, детское меню.	Достаточно широкий: кофе, чай, кондитерские изделия, завтраки и бизнес-ланчи, закуски.	Достаточно широкий: кофе, чай, кондитерские изделия, завтраки, бизнес-ланчи и горячие закуски.

Факторы конкурентоспособности	Кофейня «Какао friends»	Конкуренты		
		«Максим»	«optimist.coffee»	«Garden Coffee»
Качество обслуживания	Высокое. Официанты качественно обслуживают столики.	Среднее. Официанты обслуживают столики, но они не всегда дружелюбны.	Высокое. Блюда вкусны и внешне эстетично-красивы. Заказ приносят бариста.	Высокое. Блюда вкусны и внешне эстетично-красивы. Заказ забираешь на кассе.
Репутация фирмы	Фирма новая	Фирма известная. Имеются постоянные клиенты.	Фирма известная. Имеются постоянные клиенты.	Фирма известная. Имеются постоянные клиенты.
Преобладающий контингент (ЦА)	Население с уровнем дохода средним и выше среднего. Студенты, гости города и деловые люди.	Население с уровнем дохода средним и выше среднего. В основном это деловые люди.	Население с уровнем дохода средним и выше среднего. В основном это студенты и деловые люди.	Население с уровнем дохода средним и выше среднего. Студенты, гости города и деловые люди.

Проанализировав сравнительную таблицу, характеризующую конкурентные позиции кофейни «Kakao friends» и её конкурентов, можно сделать следующие выводы:

- ❖ Средний уровень цен на ассортимент меню способствует повышению конкурентоспособности. У кофейни есть все шансы, чтобы быть сильным конкурентом кофейням «optimist.coffee» и «Garden Coffee».
- ❖ Высокое качество обслуживания посетителей характерно для всех трех кофеен. Но всё же в «optimist.coffee» и «Garden Coffee» нет официантов. В зависимости от превосходства качества обслуживания официантов кофейни «Kakao friends» будет зависеть её преимущество над кофейней «Максим».
- ❖ Ярко отличительный бренд кофейни «Kakao friends» является её хорошим преимуществом. От выделяется из брендов остальных конкурентов.
- ❖ Высокое качество блюд характерно как и для «Kakao friends», так и для трех конкурентов – «Максим», «optimist.coffee», «Garden Coffee», что способствует повышению их конкурентоспособности.
- ❖ Атмосфера заведения высоко оценена у всех трех конкурентов. Она является прекрасным показателем того, какая атмосфера должна царить внутри «Kakao friends».
- ❖ Реклама и маркетинг хорошо проработаны, как и у «Kakao friends», так и у всех трех конкурентов. Это является слабой стороной нашей кофейни.



# ПРОДАЖИ И МАРКЕТИНГ

Маркетинг кофейни включает в себя все мероприятия, которые направлены на привлечение клиентов. В него входит и создание концепции кофейни, и проработка интерьерных решений, и планирование рекламных мероприятий.

Маркетинг начинается с создания бренда компании. Это и фирменный стиль компании, и концепция внутренней коммуникации. Первый пункт включает в себя название кофейни, логотип, внутренний дизайн, а также оформление вывески и меню. Иначе говоря, это создание общей концепции, в рамках которой проводятся все рекламные кампании кофейни. Внутренняя коммуникация также состоит из определенных правил взаимодействия как между сотрудниками, так и с поставщиками ресурсов.

В такой высоко конкурентной отрасли как общественное питание, значимую роль играют всевозможные специальные предложения. Зачастую именно наличие скидок в определенные часы работы привлекает потенциальных клиентов.

Конечно, в выборе того или иного вида рекламных предложений следует отталкиваться от предпочтений нашей целевой аудитории. Например, если концепция вашей кофейни предполагает ориентацию на студентов, то заведомо успешными будут такие предложения, как «Покажи студенческий и получи скидку 10%», «Копи бонусы и получи кофе бесплатно», и так далее.

Однако, более взрослую аудиторию такими предложениями вряд ли удастся привлечь. В случае работы с этой категорией клиентов привлечение возможно за счет внедрения дополнительных услуг, например, возможности заранее забронировать столик по телефону.

Для офисных работников основным критерием выбора места для обеда является наличие бизнес-ланчей, а также специальных предложений на еду «на вынос».

Большое количество постоянных покупателей мы приобретем за счет бонусной системы. Благодаря ей покупатель получает скидку не в денежном выражении, а в виде бонусов, которые начисляются на специальную карту. Один бонус приравнивается к одному рублю. Причем воспользоваться этими бонусами он может только в нашем заведении. То есть мы заранее настраиваем клиента придти снова к нам.

Красиво оформленное меню и демонстрация авторской подачи блюд также делают нашу кофейню уникальной в глазах клиента. Мы не скупимся на то, чтобы нанять хорошего фотографа, который сможет аппетитно представить наши блюда на фотографиях для меню и на странице в Instagram.

Для того, чтобы отличаться от большинства конкурентов, мы проводим в кофейне тематические вечера: приглашаем экспертов в области питания и обучаем посетителей культуре потребления кофе. Таким образом наше заведение получает репутацию эксперта на рынке, что позволит в будущем обоснованно увеличить цены.



# ПЛАН ПРОИЗВОДСТВА

Выбор формы организации кофейни зависит от планируемого размера заведения, а также от количества реализуемой продукции. При выборе системы налогообложения мы выбрали УСН (15% доход — расход).

Разрешительные документы на ведение деятельности кофейни мы получили уже после того как фирма была зарегистрирована, а все этапы подготовки помещения к началу работы пройдены. Все инженерные системы были введены в эксплуатацию, а также был установлен кассовый аппарат. После этого производится оформление документов в следующем порядке:

1. Уведомление на размещение от СЭС. При этом Санэпиднадзор осуществляет проверку соблюдения санитарных требований и проводит ряд экспертиз;

2. Заключение МЧС по пожарной безопасности. Для этого необходимо предоставить следующие документы:

- ❖ План эвакуации;
- ❖ Инженерный и технологический проект;
- ❖ Договор на противопожарную сигнализацию;
- ❖ Инструкции по пожарной безопасности;
- ❖ Приказы о назначении лиц, ответственных за пожарную безопасность;
- ❖ Огнетушители.

3. Заключение СЭС на разрешение ведения деятельности ресторана. Оно предоставляется при наличии всех условий, необходимых для работы:

- ❖ Наличие полностью оборудованного помещения;
- ❖ Медицинские книжки на каждого сотрудника;
- ❖ Договора с обслуживающими организациями. Это целый пакет документов для открытия кофейни: на вывоз мусора и утилизацию ТБО, обслуживание систем кондиционирования, дезинсекцию помещений и т. д.

- ❖ Полный цикл открытия кофейни можно представить в виде совокупности шагов, осуществляемых в следующем порядке:
- ❖ Регистрация бизнеса. Выбор формы собственности и системы налогообложения;
- ❖ Подбор помещения и заключение договора аренды;
- ❖ Создание концепции кофейни, разработка дизайн-проекта;
- ❖ Ремонт и отделка помещения согласно нормам СЭС;
- ❖ Проведение сигнализации и системы видеонаблюдения;
- ❖ Инженерное проектирование заведения: проверка соответствия требованиям к системе вентиляции, водоснабжения, канализации, электроснабжения;
- ❖ Покупка производственного оборудования;
- ❖ Технологическое проектирование: расстановка и подключение оборудования;
- ❖ Покупка производственного оборудования;
- ❖ Технологическое проектирование: расстановка и подключение оборудования;
- ❖ Закупка и поставка мебели, посуды, предметов интерьера;
- ❖ Получение разрешительных документов;

- ❖ Подбор персонала: управляющий, менеджер, официант, шеф-повар, повар, бухгалтер, уборщица;
- ❖ Разработка меню и карты бара, составление технико-технологических карт;
- ❖ Закупка необходимого количества ингредиентов на кухню и в бар;
- ❖ Установка программного обеспечения, кассового аппарата, внедрение системы учета покупок;
- ❖ Проведение рекламной кампании открытия;
- ❖ Начало работы заведения.
- ❖ Площадь помещения рассчитывается исходя из количества посадочных мест. Для кофейни на 40-50 человек достаточно аренды 180 кв.метров.

На этапе создания дизайн-проекта кофейни мы обратились в дизайн-студию «Art House», которая с удовольствием согласилась нам помочь спроектировать интерьер кофейни. Обращение к профессионалам – это гарантия того, что ремонт будет произведен с учетом всех требований регулирующих органов и в будущем не придется ничего переделывать.

Мы не станем экономить на установке сигнализации и камер видеонаблюдения. Это позволит нам контролировать работу персонала и соблюдение дисциплины на рабочих местах, а также поможет при урегулировании конфликтов, связанных с порчей имущества.



# ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

Самые крупные затраты при открытии кофейни «Kakao friends» приходится на покупку кухонного и кофейного оборудования, а также на ремонт и отделку помещения.

Оборудование обойдется нам минимум в 1 000 000 рублей. Эта сумма может меняться в зависимости от вида кухни и количества предоставляемых блюд, а также от поставщиков оборудования.

На ремонт и дизайн-отделку помещения вам придется выделить около 500 000 рублей.

Сумма первоначальных инвестиций составляет 3 114 072 руб.

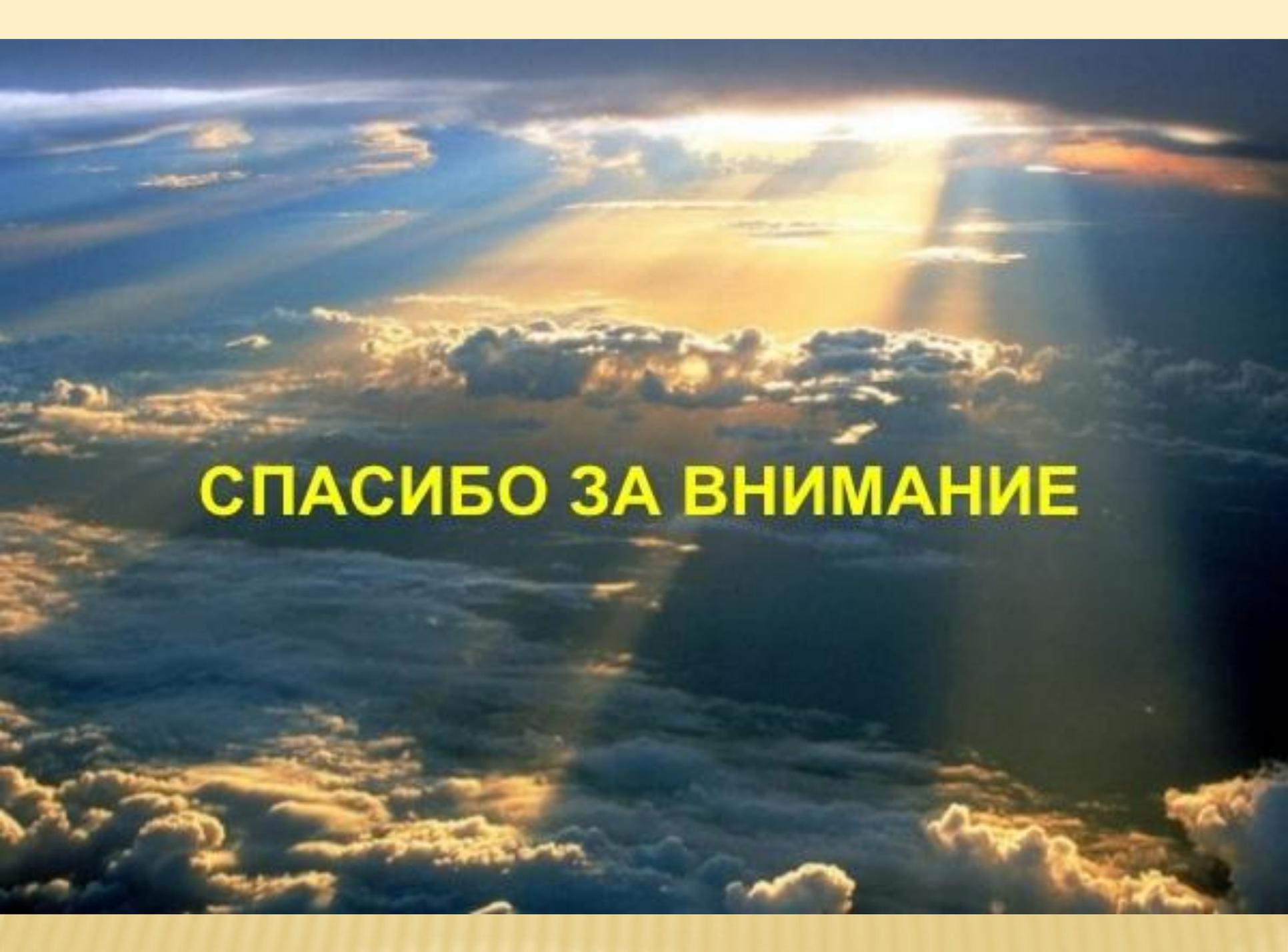
Инвестиции ИТОГО (руб.)	3 114 072
Оборудование	1 000 000
Текущие расходы	2 926 000
Прочие инвестиции	188 072

## Эффективность инвестиций.

Доход кофейни рассчитывается исходя из средних показателей посещаемости заведения и средней стоимости одного чека. На эти показатели влияет как фактор сезонности, так и общая ситуация на рынке.

Текущие расходы компании складываются из продуктов, аренды, заработной платы, затрат на маркетинг и связь, а также налоговых отчислений и амортизации. Самый большой удельный вес в расходах приходится на производственную себестоимость продукции.

- ❖ Срок выхода на точку безубыточности составляет 6 месяцев.
- ❖ Однако первоначальные инвестиции окупаются минимум через 15 месяцев.



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**