Бизнес-план

**Кофейня “Бахнем”**

**Студенты группы ПО-4:**

**Яковчик И.А  
Луд А.С**

**Брест 2022**

**Раздел 1. Резюме**

Кофейня — не секрет ,что кофейни один из самых окупаемых типов бизнеса в общепите, рентабельность более 400%. Особенно в период кризиса, когда крупные рестораны несут большие потери прибыли, на плаву остаются заведения с кофе навынос и небольшие кофейни с парой столиков.

Современный мир становится катализатором роста количества таких заведений. Из-за пандемии например многие компании и не только переходят на удаленный вид работы. А те, кто всё же продолжают работать в своих помещениях подстраиваются под новый концепт мирового труда.

И именно кофейни в последнее время становятся неким спасением для работников, студентов, а также людей вынужденных проводить большое время дома в одиночку. В кофейнях можно учится, встречаться с друзьями(небольшими компаниями), встречаться с коллегами или проводить встречи по работе.

Изучив рынок общепита, мы выяснили, что сейчас благоприятное время для открытия бизнеса в этой сфере. А низкий порог вхождения на рынок только подтвердил наше желание открыть свою кофейню.

Мы предлагаем готовый бизнес-план кофейни*,* занимающейся приготовлением и реализацией кофе, чая, других напитков, свежих кондитерских изделий в специально оборудованном заведении.

После выхода на рынок, на планируемый объем продаж, планируется открытие кофеен в других городах страны и привлечение новых инвесторов.

Назначение бизнеса: Открытие сети кофеен в стране.

Цель проекта: Оказание услуг в сфере общепита.

**Раздел 2. Характеристика организации.**

*Наименование проекта*

Кофейня «Бахнем». Услуги по приготовление и реализация кофе, чая, других напитков, свежих кондитерских изделий.

*Инициаторы проекта*

Инициатор: Яковчик Илья Александрович

Инициатор: Луд Алексей Сергеевич

*Организационно‐правовая форма* – общество с ограниченной ответственностью.

Руководитель – Яковчик Илья Александрович

Основной вид деятельности – 11:оказание услуг в сфере общепита

Бизнес–идея проекта – зарекомендовать себя на рынке как современная сеть кофеен по приготовлению различных видов кофе, а также других напитков и кондитерских изделий любой сложности, с уникальным, современным дизайном интерьера, удобной и приятной атмосферой.

В рамках реализации проекта планируется проводить постоянные маркетинговые исследования, запускать рекламу.

**Раздел 3. Описание продукции.**

Существуют разные форматы кафе. Они имеют свои особенности, преимущества, недостатки и рассчитаны на разную целевую аудиторию. Точка может работать «на вынос» или обслуживать посетителей внутри просторного помещения. Кроме того, торговля может осуществляться из багажника или салона автомобиля. От типа кафетерия зависит планирование его функционирования в дальнейшем.

Нами будет представлен готовый пример бизнес-плана по открытию кофейни с расчетами и рисками. При этом используется модель престижного заведения с широким ассортиментом. В меню будут присутствовать не только различные напитки, но также большой выбор блюд и выпечки. На точке будет работать полноценная кухня, предусматривается наличие цехов: холодного, горячего, кондитерского.

Кофейная карта составляется опытным бариста. Она будет состоять из наиболее популярных позиций: эспрессо, латте, американо. Кроме того, ожидается наличие других продуктов на их основе. Например, фраппучино, флэт уайт. Клиенты смогут самостоятельно изменять вкус, добавляя сиропы с разными вкусами. Для разработки меню кухни нужен квалифицированный шеф-повар. В его основе — легкие закуски, салаты, десерты и выпечка.

При работе над бизнес-проектом по открытию кофейни важно определиться с перечнем услуг, которые будут оказываться посетителям. В описанном заведении основной функцией будет обслуживание гостей в зале. Дополнительной — продажа напитков и еды «на вынос».

Еще один важный пункт — это наличие специальных предложений, которые будут делать точку уникальной. В нашем случае это будет приложение для смартфона. С его помощью клиент может узнать о наличии свободных столиков и сделать бронь. Также будет возможность ставить оценки за качество обслуживания и писать комментарии. По результатам в конце месяца могут выдаваться премии. Такая система мотивирует и способствует повышению результативности.

Заведение будет располагаться в оживленном районе, недалеко от бизнес-центра и остановки общественного транспорта. Время работы: с 8 до 22 по будним дням, с 9 до 23 — по выходным.

**Раздел 4. Анализ отрасли. Стратегия маркетинга. Целевая аудитория. SWOT-анализ.**

Проанализировав рынок отрасли и конкурентов мы пришли к выводу ,что данные стратегии подходят нам.

Целевая аудитория.

В нашем случае это мужчины и женщины среднего+ достатка возрастом от 20 до 45 лет. Однако это слишком общая картина, которую стоит фрагментировать, чтобы получить максимально точные данные.

Первая категория посетителей — это студенты. Они приходят в период с 8 до 9 часов перед началом занятий, а также в 13-14 на больших перерывах между парами.

Работники офисов предпочитают время ланча — 12-15 часов. Руководители нередко совмещают обед с деловыми переговорами, поэтому их ждать можно с 12 до 18.

Вечером клиентами могут быть люди из всех перечисленных групп. На выходных часто приходят семьи с детьми.

.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Возможности**:   1. Расширение ассортимента за счёт выгодных предложений сторонних компаний 2. Запуск сети кофеин 3. Увеличение популярности бренда за рубежом 4. Возможность коллабораций с другими компаниями 5. Закрытие конкурентов рядом 6. Снижение цен на сырьё 7. Смягчение таможенного закона | **Угрозы**:   1. Возможность появления новых конкурентов 2. Снижения общего уровня покупательской способности 3. Неблагоприятная политика государства 4. Урон по репутации конкурентами 5. Резкое повышение цен на аренду 6. Риск нерентабельности 7. Потеря постоянных клиентов |
| **Сильные стороны:**   1. Удобное географическое расположение 2. Наличие финансовых ресурсов 3. Центральный р-он города 4. Широкий ассортимент 5. Постоянные клиенты 6. Бесплатный интернет 7. Благоприятная атмосфера | 1. Привлечение новых клиентов, и приобретение постоянных клиентов.  2.постройка новых кофеен в городе/стране  3. добавление в меню уникальных сортов кофе + их особое приготовление | 1. Плюшки для постоянных клиентов 2. Создание финансовой подушки на случай ухудшения ситуации вокруг 3. Изменение дизайна внутри и снаружи для соответствия требованиям покупателям и трендам 4. скидки в определенные часы или на вторую единицу товара |
| **Слабые стороны:**   1. Отсутствие парковки рядом 2. Высокие цены на кофе 3. Система самообслуживания 4. Дорогая аренда 5. Большие очереди на выходных 6. Отсутствие рекламы по городу 7. Отсутствие акций для клиентов | 1. Поиск более дешевого поставщика сырья 2. Открытие кофейни недалеко с наличием парковки+ разгрузка трафика по выходным 3. Поиск более дешевого арендного помещения | 1. Привлечение спонсоров 2. Рекламная кампания для привлечения новых кадров и постоянных клиентов 3. Детальное исследование местности(на арендную плату и рентабельность) и основного портрета пользователя |

**Раздел 5. Производственный план.**

Таблица 2. Расчет потребности в сырьевых ресурсах и транспортных расходах

Таблица 3. Расчет потребности в топливно-энергетических ресурсах

Таблица 5. Расчет амортизационных отчислений, руб.

Таблица 4. Расчет потребности в трудовых ресурсах и заработной плате, руб.

Таблица 6. Полные издержки на реализуемую продукцию, руб.

Таблица 1. Программа производства и реализации продукции

**Раздел 6. Организационный план.**

Разработку программы необходимо начинать с регистрации предприятия. Ее особенности зависят от размера заведения и количества сотрудников.

Следующий этап — это аренда подходящего помещения и подготовка его к эксплуатации. Перед проведением ремонтных работ необходимо разработать концепцию точки и сделать дизайн-проект. После нужно закупить оборудование для производства еды и напитков, осуществить его расстановку и подключение к коммуникациям. После решения вопроса с техникой, приобретаются мебель, предметы декора и посуды.

Далее происходит получение всей документации, разрешающей функционирование заведения. Следующий этап — это подбор сотрудников, проведение собеседований и обучения. После можно приступать к составлению меню и обеспечению кухни всеми ингредиентами, установке ПО и автоматизации.

Мы предоставляем готовые решения для разных типов бизнеса, в том числе для сферы общественного питания.

После осуществления всего вышеперечисленного можно запускать рекламную кампанию и приступать к открытию.

**Раздел 7. Финансовый план. Расчёт экономической эффективности проекта**

Таблица 7. Расчет чистой прибыли продукции, руб.

Таблица 8. Расчет величины обязательных отчислений, руб

Таблица 9. Расчет инвестиционных затрат, руб.

Таблица 10. Расчет потребности в чистом оборотном капитале, руб.

**Раздел 8. Юридический план**

Для крупного заведения с большим количеством персонала более предпочтительный вариант — ООО. Кроме того, если в меню планируется наличие алкоголя, то это единственный возможный путь. После необходимо выбрать систему налогообложения. Наиболее эффективная — УСН.

По соображениям уплаты налогов в качестве единственного комплементария в коммандитное товарищество может быть принято общество с ограниченной ответственностью. Подобное образование называется **коммандитным товариществом с ограниченной ответственностью.** Его преимущество состоит в том, что с точки зрения налогообложения оно является товариществом, а с точки зрения гражданского права дает возможность перенести неограниченную ответственность на общество с ограниченной ответственностью, которое становится единственным носителем неограниченной ответственности и, как правило, имеет лишь небольшой капитал.