Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНФОРМАТИКИ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ

Факультет инфокоммуникаций

Кафедра инфокоммуникационных технологий

Бизнес-план проекта мобильной кофейни

Студент гр. 962991 И.С. Суворов

Проверил Н.Г. Забродская

Минск 2020

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Цель проекта Суть идеи заключается в создании рентабельной мобильной кофейни в городе. Успешность дела основывается на невысоком уровне конкуренции, а также отсутствии других кофеен на колесах. Первоначальной задачей частного предпринимателя является развитие бизнеса, включающего только 1 автокофейню. При успешном развитии возможно открытие целой сети.

Изначальные данные:

Вид деятельности: Торговля кофе при помощи мобильной кофейни.

Форма собственности: ИП.

Форма налогообложения: УСН (Доходы или Доходы – Расходы).

Способ ведения налогового учета: самостоятельно.

Количество мобильных кофеен: 1 штука.

Ассортимнт: различные виды кофе.

Целью данного бизнес-плана является:

Оценка расходов и доходов.

Расчет себестоимости.

Рассмотрение возможных рисков и вариантов их предотвращения.

Расчет рентабельности и сроков окупаемости.

2. ПРИМЕР БИЗНЕС-ПЛАНА ДОСТАВКИ ЕДЫ

Понятие кофейни на колесах пришло к нам из стран Европы. Там подобное явление считается вполне нормальным. У нас же такой вид бизнеса сегодня не так развит. Однако стоит отметить, что многие предприниматели уже проявляют интерес к данному виду бизнеса. Итак, кофейня на колесах или как ее называют еще мобильная кофейня привлекает начинающих бизнесменов за счет более низких затрат, если сравнивать с обычными кафе. Рассмотрим же возможности такого бизнеса, его рентабельность, окупаемость, оценим рынок.

3. АКТУАЛЬНОСТЬ ИДЕИ И АНАЛИЗ РЫНКА С ОЦЕНКОЙ КОНКУРЕНТОВ

Понятие кофейни на колесах пришло к нам из стран Европы. Там подобное явление считается вполне нормальным. У нас же такой вид бизнеса сегодня не так развит. Однако стоит отметить, что многие предприниматели уже проявляют интерес к данному виду бизнеса. Итак, кофейня на колесах или как ее называют еще мобильная кофейня привлекает начинающих бизнесменов за счет более низких затрат, если сравнивать с обычными кафе.

Стоит учитывать несколько очень важных факторов, влияющих на рентабельность и прибыльность мобильной кофейни:

- Ежедневная проходимость.

- Наличие прямых конкурентов поблизости.

- Заинтересованность потенциальных покупателей в продукте.

Исходя из данных факторов, можно сделать вывод, что лучше всего для продаж использовать оживленные территории, где поток людей значителен. Это могут быть различные перекрестки, парки, людные улицы, остановки, выходы из метро, а также территории рядом с офисами или институтами. При обнаружении низкого уровня продаж можно поменять местоположение благодаря мобильности такого бизнес-проекта. Однако делать это слишком часто не следует. Важно, чтобы потребитель запомнил точки сбыта.

4. ПРИМЕР С РАСЧЕТАМИ И АНАЛИЗ РИСКОВ

В первую очередь нужно подумать о покупке профессиональной кофемашины. Экономить на ней не нужно, ведь именно она будет влиять на количество посетителей напрямую. Хорошая кофе-машина в среднем стоит 10 000 рублей. Кроме того, нужны аккумуляторы, от которых будет работать кофемашина. Для бесперебойной работы в течение 12 часов понадобится 2 аккумулятора, средняя стоимость каждого – 150 рублей.

В первую очередь нужно подумать о покупке профессиональной кофемашины. Экономить на ней не нужно, ведь именно она будет влиять на количество посетителей напрямую. Хорошая кофе-машина в среднем стоит 10 000 рублей. Кроме того, нужны аккумуляторы, от которых будет работать кофемашина. Для бесперебойной работы в течение 12 часов понадобится 2 аккумулятора, средняя стоимость каждого – 150 рублей.

Таблица 1. Объём вложений

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование | Общая стоимость, руб. |
| Регистрация | 1 000 руб. |
| Автомобиль | 25 000 руб. |
| Кофемашина | 10 000 руб. |
| Аккумуляторы | 300 руб. |
| Переоборудование автомобиля | 1 500 руб. |
| Создание запаса кофе на месяц | 700 руб. |
| Отделка автомобиля (рекламная) | 1 500 руб. |
| Итого | 40 000 руб. |

5. СОТРУДНИКИ И ПЕРСОНАЛ

Для работы в службе доставки предприниматель нанимает следующих сотрудников:

Таблица 2 – зарплата работников

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Работник | Зарплата | Количество | Сумма |
| Мастер-продавец | 500 | 2 | 1000 |
| Итого: |  |  | 1000 |

6. СЕБЕСТОИМОСТЬ ПРОДУКЦИИ

Таблица 3 – себестоимость продукции.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование | Стоимость |
| Стакан | 0,10 руб. |
| Кофе | 0,23 руб. |
| Вода | 0,10 руб. |
| Молоко | 0,07 руб. |
| Сахар | 0,07 руб. |
| Итого | 0,57 руб. |

Таким образом, себестоимость равна 57 копеек. Средняя стоимость чашки кофе в кафе 2-4 рубля. Мы устанавливаем цену на отметке 3 рубля. Таким образом наценка составит чуть более 530%.

В себестоимость мы также заложили постоянные ежемесячные расходы:

Таблица 4 – себестоимость продукции.

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование | Стоимость |
| Стакан | 0,10 руб. |
| Кофе | 0,23 руб. |
| Вода | 0,10 руб. |
| Молоко | 0,07 руб. |
| Сахар | 0,07 руб. |
| Итого | 0,57 руб. |

Таблица 4 – постоянные расходы.

|  |  |
| --- | --- |
| Бензин | 300 руб. |
| Заработная плата | 1000 руб. |
| Налоги | 450 руб. |
| Итого | 1 750 руб. |

Мы не закладываем в стоимость рекламу, потому что размещать различные буклеты и плакаты нецелесообразно. Бизнес нацелен на поток людей, тем более на авто уже нанесена реклама.

7. НАХОЖДЕНИЕ ТОЧКИ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ

Согласно полученным данным находим точку безубыточности. Она устанавливается на отметке ежедневных продаж в 51 штук. Планируемые ежедневные продажи – 100 стаканчиков кофе. Принесут они ежемесячную чистую прибыль в 3 540 рублей за вычетом расходов. Ежегодная прибыль, таким образом, составит 42 480 рублей. Рассчитываем срок окупаемости: 40 000 / 42 480 = 0,94. Следовательно, такой бизнес сможет окупиться уже через 10 месяцев. Рентабельность при этом равна 106%.

Заключение

Мобильная кофейня является сегодня рентабельным и довольно быстро окупаемым проектом. К тому уже у нее высокий уровень ликвидности. Самое важное – минимизировать риски, выбрать удобное место и избежать прямой конкуренции на точке сбыта. Очень важно добиться выхода на нужный уровень продаж для обеспечения прибыльности бизнеса и его дальнейшего развития. Большое внимание в данном случае уделяется цене и качеству для обеспечения необходимого уровня продаж и поддержания лояльности у клиентов. После развития одной мобильной кофейни, можно переходить к открытию целой сети.