

Бизнес–план кофейни

Содержание

Титульный лист бизнес – плана.....	3
1. Резюме.....	4
2. Место нахождение блинной.....	6
3. Характеристика отрасли и вида деятельности	7
4. Описание продукции.....	8
5. Анализ конкурентов.....	9
6. План маркетинга.....	11
7. План производства.....	13
8. Организационный план.....	15
9. Финансовый план.....	20
10. Оценка рисков.....	24
Заключение.....	27
Список литературы.....	28

ООО « Золотая ложка»

Адрес фирмы: г. Самара, ул. Московское шоссе, ТЦ
«Московский», 2 этаж.

Руководитель Нувальцева Надежда Петровна

Тел. (846) 927-48-97.

1. Резюме.

За последние два-три года кофейни в России успели вырасти в социокультурное явление: в одночасье сложилась, как карточный домик, советская культура потребления кофе.

Напиток перестал, был просто утилитарным утренним стимулятором и стал спутником времяпрепровождения совершенно европейского типа: особая атмосфера, тихая музыка, десятки сортов кофе. Однако, помимо всего этого, кофейни являются *бизнесом* не только успешным, но и обладающим сегодня гигантским потенциалом развития. Никаких специальных *исследований* и оценок объема рынка кофеен до сегодняшнего дня не проводилось - в прессе проскакивала цифра в 10 миллионов долларов, но специалисты считают, что эти данные нужно умножать как минимум на два. Самое интересное, что порог входа на этот рынок и сейчас остается достаточно низким: в городе с более чем десятиmillionным населением, работает немногим более 100 кофеен.

Ассортимент будет состоять из нескольких видов кофе.

Норма прибыли составит от до %. Предполагается продажа в день 170 изделий. Потребность в средствах на оборотный капитал составляет 15% от стоимости основного капитала.

Для кофейни предполагается арендовать помещение размером 70 кв.м., расположенное по адресу: г. Самара, ул. Московское шоссе, ТЦ « Московский», корпус - Б, 2 этаж. Данное место размещения очень удобно – один из крупнейших торговых центрах г. Самары, который ежедневно посещают сотни людей.

Фирма рассчитывает получить кредит в размере 301000 руб. В банке сроком на два года под 21% годовых.

Для организации данного магазина потребуется 5 лет, т.е. бизнес-план рассчитывается на 5 лет.

Уверенность руководства в успешном развитии дел базируется на наличии большого количества потенциальных покупателей, для которых предназначена продукция фирмы.

Уровень квалификации специалистов предприятия обеспечит хорошее обслуживание покупателей.

Основными посетителями кафе будут покупатели, посещающие ТЦ «Московский» - люди среднего и высокого достатка, делающие покупки.

Уютный интерьер, приветливый персонал и вкуснейшее кофе создадут прекрасную, незабываемую атмосферу и будут кстати людям, уставшим от процесса совершения покупок.

2. Место нахождения кофейни.

Кофейня «Золотая ложка» находится по адресу Московское шоссе 18, в здании ТК «Московский» на втором этаже корпуса Б-«Шар».

Помещение, занимаемое кофейней, будет взято в аренду по договору сроком на 5 лет.

Данное помещение не нуждается в реконструкции и ремонте, так как находится в новом корпусе, и по оценке специалиста имеет нормальное состояние.

Мы считаем, что это наиболее удачное место расположения, т.к. посетители торгового центра хотят не только совершить покупки, но и отдохнуть. Что может быть приятней после длительных поисков выпить чашечку горячего кофе.

3. Характеристика отрасли и вида деятельности.

По результатам исследования потребительских предпочтений кофейен маркетингового агентства Step by step, около 30% опрошенных (посещающих кофейни) бывают в кофейнях несколько раз в месяц, 29% – почти каждый день, 20% – раз в неделю.

Число тех, кто впервые зашел в кофейню, совсем невелико, около 3%. Это может означать, что круг любителей провести свое время в кофейне практически сложился.

39% респондентов посещают кофейни в любое/разное время, 26% – вечером, 16% опрошенных – во время обеда. Утро же, как отдельный вариант ответа, оказалось на самом последнем месте (4%).

Складывается впечатление, что для большинства жителей города кофейни не стали тем местом, куда можно забежать перед началом рабочего дня, чтобы выпить кофе. Они по-прежнему остаются неким элементом досуга. Кофе всегда ценили за ту бодрость и свежесть, которую приносит чашка этого божественного напитка. На мусульманском Востоке, где запрещено употребление спиртных напитков, кофе является обязательной составляющей любого праздничного стола. В России, несмотря на свободное употребление вина и более крепких напитков, кофе так же очень популярен. Сегодня рынок кофе в России можно считать еще не сформированным, про что говорят постоянные смены структуры и участников данного рынка. 2002 год был отмечен следующими факторами:

- сокращение ассортимента продукции на рынке (операторы оставили в предложениях только наиболее популярные марки кофе);
- уменьшение объемов продаж, что было связано с финансовым кризисом;
- рост цен;

- увеличение доли рынка отечественных производителей и дешевых фальсификатов.

Данные тенденции были связаны с увеличением мировых цен на кофе, финансовым кризисом в России, а также с налоговой и таможенной политикой.

Как мы видим, рост рынка кофе, несмотря на активность его участников, был задержан низкой покупательной способностью населения, кризисными явлениями на финансовом рынке и рядом "технических трудностей", связанных с ведением кофейного бизнеса. Согласно большинству экспертных оценок, общий размер рынка кофе за последний год увеличился в среднем на 11 – 15%.

4. Описание продукции

Наше предприятие будет заниматься реализацией кофесодержащих напитков. Напитки, производящиеся нашей фирмой, будут иметь непревзойденное качество и неповторимый вкус. Исходя из проведенного социологического опроса, мы выбрали два самых популярных вида кофе.

Таблица 1

Прейскурант цен

Наименование изделия	Цена, в руб.
Кофе «Капучино»	90
Кофе «Экспрессо»	70

У кафе будет удобный режим работы, построенный таким образом, что уже с 10 часов утра (открытие торгового центра) посетители торгового центра выпить чашечку горячего кофе.

5. Анализ конкурентов

В здании торгового центра находятся 3 предприятия общественного питания: кофейня «Золотая ложка», кафе «Домик в деревне», бистро «Квакуша».

Таблица 2

Факторы конкурентоспособности

Факторы	«Золотая ложка»	Конкуренты	
		Бистро «Квакуша»	Кафе «Домик в деревне»
Качество	Самый лучший кофе в городе.	Невкусный кофе, не всегда свежая закуска	всегда Пирог вкусные
Местонахождение	ТЦ «Московский», корпус «Шар», 2 этаж	ТЦ «Московский», корпус А, 1 этаж около входа/выхода	ТЦ «Московский», корпус С, 1 этаж
Уровень цен	Средний	средней	Выше средней
Ассортимент	Кофе, пирожное	Достаточно широкий	Около 5 видов выпечки
Репутация фирмы	Фирма новая	Сомнительная	Фирма известная, имеются постоянные клиенты

Так как внешняя и внутренняя среда изменяются под воздействием деятельности предприятия, так и других факторов, то необходимо выявить ограничения, сильные и слабые стороны предприятия в изменяющейся среде. И на основе полученных результатов предприятие должно внести изменения в выбранную

стратегию. Выявить и соотнести между собой ограничения и возможности, сильные и слабые стороны предприятия поможет SWOT- анализ.

Таблица 3

SWOT- анализ

	Конкурент 1 « Квакуша»	Конкурент 2 « Домик в деревне»	Кофейня « Золотая ложка»
Сильные стороны	Достаточно широкий ассортимент, постоянные клиенты	Хорошая репутация у покупателей, удобное расположение	Современное оборудование, удобное место расположение, высокое качество товара, невысокие цены, высокий уровень обслуживания
Слабые стороны	устаревшее оборудование, среднее качество продукции, отсутствие рекламы,	довольно высокие цены; нехватка рабочего персонала, не высокий уровень обслуживания, не очень удобное место расположение	Еще не сформировавшийся имидж кофейни, отсутствие постоянных клиентов
Возможности	Улучшить качество продукции, замена оборудования, проведение рекламной компании	Переход к более эффективным стратегиям.	Расширение ассортимента, привлечение инвесторов, постоянные поставщики.
Угрозы	Возможность появления новых конкурентов, неудовлетворенность клиентов качеством продукции,	неудовлетворенность клиентов качеством продукции, изменение потребительских предпочтений,	Изменение потребительских предпочтений, появление новых конкурентов.

Итак, из таблицы видно, что главными конкурентными преимуществами нашего проекта являются открытие кофейни, которая будет представлять довольно глубокий ассортимент продукции, высокое качество продукции и уровня обслуживания.

6. План маркетинга

6.1 Маркетинговая стратегия

Торговый центр, в котором будет находиться кофейня «Золотая ложка», еще не сильно охвачен фирмами, оказывающими услуги питания, и конкуренции там почти нет. Торговый центр «Московский» в день посещает более 500 посетителей, тратящих на совершение покупки немалую часть своего свободного времени.

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по более низким ценам, а также расширение ассортимента изделий. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создания положительного имиджа кафе.

6.2 Ценовая политика

При анализе ценообразования необходимо учитывать:

- себестоимость товара,
- цены конкурентов на аналогичные товары или товары заменители,
- цену, определяемую спросом на данный товар.

Ценообразование в фирме будет строиться по принципу: цена должна покрывать все издержки. Исходя из целей и стратегии маркетинга, а также с учетом эластичности спроса, установление цен будет осуществляться методом «издержки + прибыль», с учетом величины ожидаемого спроса и поведения конкурентов. Цены на блинную продукцию будут рассчитываться исходя из уровня спроса и издержек и целевой прибыли.

6.3 Реклама

Немаловажным аспектом при открытии нового предприятия является реклама. В данном случае она будет заключаться в следующем:

- рекламный щтендер внутри ТЦ в количестве 3 штук (около каждого входа) по 1,5 тыс. руб. Затраты на этот вид рекламы составят: 1,5 тыс. руб. * 3 = 4,5 тыс. руб.;

Итого: рекламные расходы – 4,5 тыс. руб. в год.

Самый же продуктивный вид рекламы - вторичная, передаваемая клиентом другим людям (родственникам, знакомым). Если клиент доволен работой кофейни, то он всегда придет еще и возможно не один.

7.Производственный план

Кофейня «Золотая ложка» располагает помещением площадью 70 кв.м по адресу Московское шоссе, д. 18, ТЦ «Московский». Договор аренды, заключаемый на 5 лет, включает в себя расходы по коммунальным платежам.

Поставщиками фирмы будут являться:

- 1) ОАО «Элит-кофе», поставляющий кофе в зернах.
- 2) ООО «Самаралакто» - поставщик молока.
- 3) ООО «Самарский сахар» - поставщик фасованного сахара.

Все поставщики фирмы будут расположены в Самаре.

Основным видом деятельности ООО «Золотая ложка» является реализация кофейных напитков.

Процесс реализации кофейных напитков состоит из следующих действий:

- 1) прием заказа;
- 2) приготовление напитка;
- 3) подача заказа.

Процесс приготовления чашечки кофе составляет 2-3 минуты.

Оборудование

Для реализации продукции будет использоваться следующее оборудование:

Таблица 4

Оборудование

Наименование оборудования	Количество единиц, шт.	Цена за единицу, руб.
Кофе-машина	1	21300
Обмягчитель воды (с фильтром)	1	10000
Кофемолка	1	3000
Кассовый аппарат	1	4000
Компьютер	1	24000
Барная стойка	1	5000
Стол	40	2500

Угловой диван	7	8000
Стулья	100	1500
Кофейные чашечки	100	300
Сплит-система	1	12000
Музыкальная система	1	20000
ИТОГО:	-	435300

Ежегодный размер расходов на ремонт, эксплуатацию оборудования будет составлять – 5% от стоимости оборудования.

Производственные мощности

Предприятие при имеющемся оборудовании и персонале может реализовывать в день 100 порций «капучино» и 70 порций «эспрессо», т.о. в год - 36000 кофе «капучино», 25200 кофе «эспрессо». В год будет реализовываться 61200 чашечек кофе.

Структура издержек

В нашей кофейне предполагаются следующие виды издержек обращения:

- ✓ Затраты на закупку продукции,
- ✓ Арендная плата,
- ✓ Заработная плата персонала с ЕСН,
- ✓ Амортизация,
- ✓ Расходы на рекламу,
- ✓ Расходы на ремонт оборудования.

8. Организационный план

Кофейня «Золотая ложка» будет представлять собой общество с ограниченной ответственностью, вести свою деятельность на основании Гражданского кодекса РФ, принятого Государственной думой и одобренного Советом Федерации. Общество будет являться юридическим лицом и действовать на основе Устава, будет иметь собственное имущество, самостоятельный баланс.

Руководство деятельностью предприятия будет осуществлять директор.

Директор – является материально-ответственным лицом, он действует от имени предприятия, представляет его интересы во всех предприятиях различных форм собственности. По хозяйственной деятельности заключает договоры, открывает расчетный счет в банке, выдает доверенности.

Директор предприятия в соответствии с трудовым законодательством издает приказы и распоряжения, осуществляет прием и увольнение граждан, привлекаемых к участию в трудовой деятельности, применяет к ним поощрения и взыскания. Образование высшее, опыт работы на руководящей должности от 3-х лет.

Администратор – является материально-ответственным лицом, осуществляет прием сырья, оформляя при этом необходимые документы, организует розничную торговлю.

Бухгалтер осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств. Он является материально-ответственным лицом, следит за работой и правильным ведением документации. Бухгалтер должен организовать и осуществлять бухгалтерский учет, проверять достоверность получаемой информации, контролировать соблюдение законности при

расходовании денежных и материальных ресурсов. Осуществляет учет поступающих денежных средств, товарно-материальных ценностей, основных средств и своевременное отражение на соответствующих бухгалтерских счетах операций, связанных с их движением, а также учет издержек производства и обращения, исполнение смет расходов. Образование высшее, знание навыков бухгалтерского учета в торговле. Опыт работы от 2-х лет.

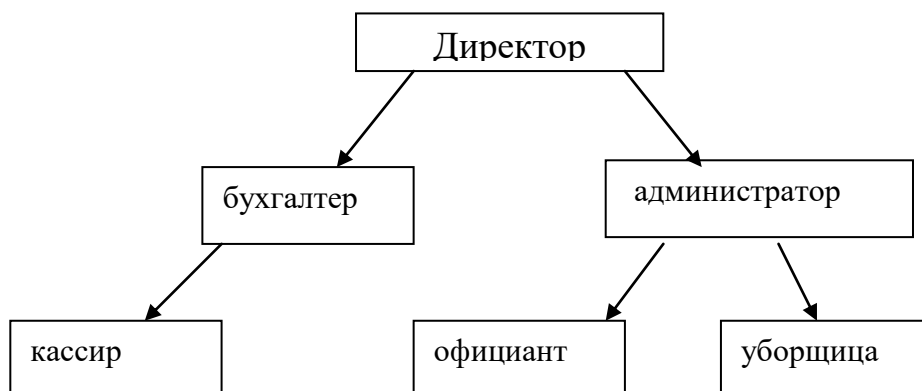


Рис. 1 Схема организационной структуры предприятия.

Численность производственного персонала будет определяться исходя из функциональной целесообразности. Система оплаты труда будет построена на основе должностных окладов и зависеть от величины фактически отработанного времени и достижения конечных результатов деятельности предприятия.

Таблица 5

Численность персонала		
Специальность	Количество, чел.	Зарботная плата в месяц, руб.
Основной персонал		
Кассир	1	6000
Бармен	1	7000
Вспомогательный персонал		
Официант	6	5000
Уборщица	2	3000
Управленческий персонал		
Бухгалтер	1	9000
Директор	1	11000
Итого	12	69000

Режим работы ООО «Золотая ложка» с 9.00 до 21.00 часов.

Срок расчета бизнес – плана – 5 лет.

ООО «Золотая ложка» планирует продавать 61200 изделий каждый год

Таблица 6

Выручка от реализации продукции						
показатели	0 год	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6	7
Объем продаж:						
- «капучино»		36000	36000	36000	36000	36000
- «эспрессо»		25200	25200	25200	25200	25200
Выручка от реализации (тыс. руб.):						
-«капучино»		3240	3240	3240	3240	3240
-«эспрессо»		1764	1764	1764	1764	1764
Итого (в тыс. руб)		5004	5004	5004	5004	50

Таблица 7

Расчет материальных затрат

Показатели	Значение	0 год	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6	7	8
1.Норма расхода (в кг.)							
-зерна кофе	0,02						
-молоко	0,15						
-сахар	0,03						
2.Затраты на весь выпуск (в кг.)							
-зерна кофе		1224	1224	1224	1224	1224	1224
-молоко		5400	5400	5400	5400	5400	5400
-сахар		1836	1836	1836	1836	1836	1836
3.Цены в руб. за кг.							
-зерна кофе	1200						
-молоко	15						
-сахар	21						
4.Материальные затраты (в тыс.руб.)							
-зерна кофе		1468	1468	1468	1468	1468	1468
-молоко		81	81	81	81	81	81
-сахар		39	39	39	39	39	39
5. итого материальных затрат							
		1588	1588	1588	1588	1588	1588

Таблица 8

Расчет зарплаты и ЕСН (в руб.)

показатели	значен ия	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6	7
Численность персонала:						
- основного		2	2	2	2	2
- вспомогательного		8	8	8	8	8
- управленческого		2	2	2	2	2
Средняя зарплата:						
- основного	13000					
- вспомогательного	36000					
- управленческого	20000					
Затраты на оплату труда в год:						
- основного		156000	156000	156000	156000	156000
- вспомогательного		432000	432000	432000	432000	432000
- управленческого		240000	240000	240000	240000	240000
Итого зарплата персонала в год						
		828000	828000	828000	828000	828000

ЕСН	26 %	215280	215280	215280	215280	215280
Зарплата с ЕСН		104328 0	104328 0	104328 0	104328 0	104328 0

Таблица 9

Расчет годовых амортизационных отчислений

показатели	значен ия	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6	7
Стоимость группы основных фондов (в руб.): - оборудования	435300					
Итого основной капитал	435300					
Норма амортизации: - оборудования	10%					
Сумма амортизации оборудования		43530	43530	43530	43530	43530

Необходимый размер инвестиций = $435300 + 15\% * 435300 =$
 $= 435300 + 65295 = 500595$ руб.

Таблица 10

Издержки обращения (в тыс. руб.)

Показатель	0 год	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6	7
1. Материальные затраты		1588	1588	1588	1588	1588
2. Арендная плата		360	360	360	360	360
3. Заработная плата основного персонала + ЕСН		156	156	156	156	156
4. Заработная плата вспомогательного персонала + ЕСН		432	432	432	432	432
5. Расходы на ремонт оборудования		21,8	21,8	21,8	21,8	21,8
6. Заработная плата управленческого персонала + ЕСН		240	240	240	240	240
7. Расходы на рекламу		7,5	7,5	7,5	7,5	7,5
Итого операционные затраты		2805,3	2805,3	2805,3	2805,3	2805,3
Амортизация		43,53	43,53	43,53	43,53	43,53
Итого издержки		2848,8	2848,8	2848,8	2848,8	2848,8

обращения						
-----------	--	--	--	--	--	--

Таблица 11

Расчет стоимости основных средств по годам с учетом износа

показатели	0 год	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6	7
Стоимость оборудования на начало года, руб.		43530 0	39177 0	34824 0	30471 0	26118 0
Остаточная стоимость оборудования на конец года, руб.		39177 0	34824 0	30471 0	26118 0	21765 0

Таблица 12

Расчет налога на имущество

показатели	значение	1 год	2 год	3 год	4 год	5год
1	2	3	4	5	6	7
Среднегодовая остаточная стоимость основных средств, руб.		413535	370005	326475	282945	239415
Налог на имущество	2,2%	9097	8140	7182	6224	5267

9. Финансовый план

Финансовый план дает возможность оценить способность проекта обеспечивать поступление денежных средств в объеме, достаточном для обслуживания долга (или выплаты дивидендов, когда речь идет об инвестициях).

Таблица 13

План прибыли и убытков (без кредита), тыс.руб.

показатели	значени е	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6	7
Выручка от реализации		+5004	+5004	+5004	+5004	+5004
Издержки обращения		-2848,8	-2848,8	-2848,8	-2848,8	-2848,8
Внереализационные доходы		-	-	-	-	+ 217,65
Внереализационные расходы: - проценты за кредит - налог на имущество		-9,097	- 8,14	- 7,182	- 6,224	-5,267
Налогооблагаемая прибыль		+2146,1	+2147,06	+2148,02	+2148,98	+2367,58
Налог на прибыль	24%	-515,06	-515,29	-515,52	-515,75	-568,22
Чистая прибыль		1631,04	1631,77	1632,49	1633,22	1799,36

Таблица 14

Финансово инвестиционный бюджет (без кредита), тыс. руб.

показатели	0 год	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6	7
1.Операционная деятельность: - выручка от реализации продукции	-	+5004	+5004	+5004	+5004	+5004
- внереализационные доходы	-	-	-	-	-	+217,65
- операционные	-	-2848,8	-2848,8	-2848,8	-2848,8	- 2848,8

затраты	-	-9,097	-8,14	-7,182	-6,224	-5,267
- налоги:	-	-515,06	-515,29	-515,52	-515,75	-568,22
налог имущество						
налог на прибыль						
- проценты по кредитам						
Итого по разделу 1	-	+1631,04	+1631,77	+1632,49	+1633,22	+1799,36

Продолжение таблицы 14

2.Инвестиционная деятельность:						
- прирост постоянных активов	- 435,3					
- прирост потребности в оборотном капитале	- 65,29					
Итого по разделу 2	- 500,6	-	-	-	-	-
3.Финансовая деятельность:						
- учредительный капитал	+ 200					
- привлечение кредитов						
- акционерный капитал						
- выплата долга по кредиту						
- дивиденды						
Итого по разделу 3	+200	-	-	-	-	-
4.Размер свободных денежных средств	-300,6	+1631,1	+1631,77	+1632,49	+1633,22	+1799,36
5.Накопленные свободные денежные средства	-300,6	+1330,5	+ 2962,3	+4594,8	+6227,9	+8027,34
6.Потребность в средствах	+300,6	-	-	-	-	-

Таким образом, у ООО «Золотая ложка» имеет потребность в кредите в размере 300,6 тыс. руб. Планируется взять кредит на сумму 301 тыс. руб. на 2 года под 21% годовых с выплатой суммы долга равными долями в течение 2-х лет и начислением процентов за кредит с первого года.

Таблица 15
План прибыли и убытков, (с кредитом) тыс. руб.

показатели	значени е	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
------------	--------------	-------	-------	-------	-------	-------

1	2	3	4	5	6	7
Выручка от реализации		+5004	+5004	+5004	+5004	+5004
Издержки обращения		-2848,8	-2848,8	-2848,8	-2848,8	-2848,8
Внереализационные доходы		-	-	-	-	+ 217,65
Внереализационные расходы:						
- проценты за кредит		- 63,2	-31,6	- 7,182	- 6,224	-5,267
- налог на имущество		-9,097	- 8,14			
Налогооблагаемая прибыль		+ 2082,9	+2115,5	+2148,0 2	+214897 5	+236758 2
Налог на прибыль	24%	-499,8	-507,7	-515,52	-515,75	-568,22
Чистая прибыль		1583,1	1607,8	1632,49	1633,22	1799,36

Таблица 16

Финансово инвестиционный бюджет (с кредитом), тыс. руб.

показатели	0 год	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
1	2	3	4	5	6	7
1.Операционная деятельность:						
- выручка от реализации продукции	-	+5004	+5004	+5004	+5004	+5004
- внереализационные доходы	-	-	-	-	-	+217,65
- операционные затраты	-	-2848,8	-2848,8	-2848,8	-2848,8	- 2848,8
- налоги:	-	-9,097	-8,14	-7,182	-6,224	-5,267
налог имущество	-	- 499,8	- 507,7	-515,52	-515,75	-568,22
налог на прибыль	-	- 63,2	-31,6			
- проценты по кредитам						
Итого по разделу 1	-	+1583,1	+1607,8	+1632,5	+1633,22	+1799,36
Продолжение таблицы						
142.Инвестиционная деятельность:						
- прирост постоянных активов	- 435,3					
- прирост потребности в оборотном капитале	- 65,29					

Итого по разделу 2	-500,6	-	-	-	-	-
3.Финансовая деятельность:						
- учредительный капитал	+200					
- привлечение кредитов	+301					
- акционерный капитал		-150,5	-150,5			
- выплата долга по кредиту						
- дивиденды						
Итого по разделу 3	+501	-150,5	-150,5	-	-	-
4.Размер свободных денежных средств	1	+1583,1	+1607,8	+1632,5	+1633,22	+1799,36
5.Накопленные свободные денежные средства	1	+1584,1	+3191,9	+4824,4	+6457,62	+8256,98

Таблица 17

Экономическая эффективность проекта

показатели	0 год	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год
Поступления денежных средств:						
- выручка от реализации	-	+5004	+5004	+5004	+5004	+5004
- внереализационные доходы	-	-	-	-	-	+217,65
Итого поступления		+5004	+5004	+5004	+5004	+5221,65
Платежи:						
- налоги на имущество	-	-9,097	-8,14	-7,182	-6,224	-5,267
- операционные затраты	-	-499,8	-507,7	-515,52	515,75	-568,22
- инвестиционная деятельность	-	-2848,8	-2848,8	-2848,8	-2848,8	-2848,8
Итого платежи	-500,6	-3357,7	-3364,6	-3371,5	-3370,8	-3422,3

Чистый доход	-500,6	+1646,3	+1639,4	+1632,5	+1633,2	+1799,35
Накопленный чистый доход	-500,6	+1145,7	+2785,1	+4417,6	+6050,8	+7850,2
Коэффициент дисконтирования (E=13,5%)	1	0,881	0,777	0,684	0,603	0,532
ЧДД	-500,6	+1009,4	+2164,0	+3021,6	+3648,6	+4176,3
Накопленный ЧДД	-500,6	+508,8	+2672,8	+5694,4	+9343	+13519,3
Коэффициент дисконтирования (30%)	1	0,769	0,592	0,455	0,350	0,269
ЧДД	-500,6	+1266	+970,5	+742,7	+571,6	+484
Накопленный ЧДД	-500,6	765,4	+1735,9	+2478,6	+3050,2	+3534,2

Накопленный чистый дисконтированный доход составляет +13519,3 руб., что больше 1, и следовательно проект прибылен, т.е. является эффективным.

Срок окупаемости.

Важным показателем для оценки рисков является срок окупаемости. Срок окупаемости данного проекта составляет 1 год и 5 месяцев (с учетом инвестиционной фазы). Поскольку 1 год 5 мес. меньше, чем 6 лет, то проект эффективен.

10. Оценка рисков

При реализации данного проекта возможны следующие риски:

- Коммерческие риски, связанные как с реализацией товара, так и с доставкой товара;
- Риски, связанные с изменчивостью экономической и политической ситуации в стране.

Причинами возникновения рисков могут быть как недостаточное изучение рынка сбыта, недооценка конкурентов, так и падение спроса на товар.

Меры по сокращению риска:

- ✓ детальное изучение рынка,
- ✓ анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Внутренняя норма дохода (ВНД).

Данный показатель определяет предельно допустимый уровень нормы дохода (E) при условии покрытия всех платежей по проекту за счет поступлений.

Рис.2 Внутренняя норма дохода

ВНД = 64% > E = 13,5%, т.е. проект эффективен.

Точка безубыточности (ТБУ).

Расчет точки безубыточности состоит из нескольких этапов:

1) Определение доли каждого товара в общем объеме продукции.

Доля «капучино» в общем объеме продукции = 58,8%.

Доля «эспрессо» в общем объеме продукции = 41,2%.

2) Расчет общей ТБУ для всей продукции.

Доля маржинальной прибыли = (выручка–переменные затраты)/
выручка.

Доля маржинальной прибыли = $(5004000 - 1588000) / 5004000 = 0,7$

ТБУ = Затраты постоянные на весь объем / Доля маржинальной
прибыли.

ТБУ общая =

Распределение значения ТБУ по отдельным продуктам в
соответствии с долей каждого продукта в общем объеме продукции.

ТБУ «капучино» =

ТБУ «эспрессо» =

Определение диапазона безопасности (ДБ).

ДБ = (выручка общая - ТБУ общая)/Выручка общая

ДБ =

Таким образом, диапазон безопасности составляет

Заключение

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению продукции более высокого качества и по приемлемым ценам, а также расширение ассортимента услуг. Исходя из этого, стратегией маркетинга избирается стратегия расширения спроса за счет стимулирования объема продаж, ценовой политики и неценовых факторов конкурентной борьбы, создание положительного имиджа кафе.

Разработав данный бизнес-план, ясно, что открытие кофейни и занятие данным бизнесом является весьма прибыльным делом, и реализация проекта по открытию кофейни «Золотая ложка» является экономически целесообразным.

Просчитав все показатели можно сделать выводы, что данный проект является эффективным.

Список литературы

1. Акуленок Д.Н. и др., Бизнес-план фирмы. М., 1997
2. Бизнес-план. Методические материалы. Издание второе, дополненное. Под редакцией профессора Р. Г. Маниловского. 2000г.
3. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Планирование предпринимательской деятельности предприятия. М., 1997
4. Дмитриев Ю.А., Гутман Г.В., Краев В.Н. Бизнес - план/структура, содержание/. Методические указания к разработке - М: Финансы и статистика, 2000г.
5. Маниловский Р. Г., Бизнес – план, М., Финансы и статистика, 2001г.
6. Пелих А. С., Малые предприятия, М., Гардарика, 2001г.
7. Сборник бизнес-планов. Отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация. Учебно-практическое пособие. Под общей редакцией академика В. М. Попова, 2001г.
8. Уткин Э. А., Бизнес – план, М., Тандем, 2002г.

