

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(НИУ «БелГУ»)

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

**БИЗНЕС-ПЛАН ПО ОТКРЫТИЮ
КОФЕЙНИ-КОНДИТЕРСКОЙ В ГОРОДЕ БЕЛГОРОДЕ**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент
заочной формы обучения, группы 05001362
Иткиной Васили Маратовны

Научный руководитель
к.э.н., доцент
Герасименко О.А.

Оглавление

Введение	3
Глава 1 Теоретические основы разработки бизнес-плана.....	6
1.1 Цели, функции и задачи бизнес-плана.....	6
1.2 Содержание и структура бизнес-плана сферы услуг	15
Глава 2 Разработка бизнес-плана по открытию кофейни-кондитерской	27
2.1 Резюме бизнес-плана и актуальность бизнес-идеи	27
2.2 Описание предприятия, его услуг	29
2.3 Анализ рынка и конкуренции, потенциальная емкость проекта	33
2.4 Организационный план проекта по открытию кофейни-кондитерской ...	41
2.5 Финансовый план и оценка рисков проекта.....	58
2.6 Анализ возможных рисков проекта	64
Заключение	65
Список литературы	68
Приложения.....	73

Введение

Актуальность темы исследования состоит в том, что ежегодно появляются новые предприниматели, которые возможно не имеют опыта работы руководителем и никогда не осуществляли работу в предпринимательском бизнесе, поэтому они не совсем полно представляют те проблемы, которые ожидают их в будущем.

Однако и опытных руководителей, неустанно меняющаяся социально-хозяйственная среда может поставить перед рядом проблем, которых не возникало ранее, следовательно, и им придется просчитывать свои шаги в борьбе за прибыль.

Еще одним немало важным фактором актуальности темы по разработке бизнес-плана является вовлечения сторонних инвестиций. Ведь именно благодаря обоснованному и четко сформулированному плану мы можем заинтересовать и доказать инвесторам, что их решение инвестироваться в наш проект гарантирует им стабильную прибыль.

Благодаря грамотно и правильно разработанному бизнес-плану, предприниматель имеет возможность привлекать новых партнеров, местных или иностранных инвесторов, а также кредитные ресурсы, которые помогают развивать предпринимательскую деятельность.

Помимо этого, бизнес-план помогает решить основные вопросы предпринимательской деятельности:

- обосновывает экономическую целесообразность планируемой деятельности;
- описывает состояние экономической сферы, в которой будет осуществлен бизнес-план (состояние рынка, маркетинговые стратегии);
- отображает финансовые результаты предпринимательской деятельности (прибыль, объем продаж);
- обосновывает источник финансирования для осуществления выбранной стратегии;

- помогает представить, как будет выглядеть определенная отрасль через пару лет, какие услуги и товары может предложить компания;
- предоставляет график выполнения работ по реализации плана;
- определяет объем кадров, который будет реализовывать проект;
- определяет главные показатели, по которым будет систематически контролироваться состояние дел.

Объект исследования – процесс разработки бизнес-плана предприятия.

Предмет исследования – методика разработки бизнес-плана ИП Иткина В.М.

Цель – разработка бизнес-плана по открытию кофейни-кондитерской «TrendBakery».

Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих **задач**:

- исследовать теоретико-методологические аспекты разработки бизнес-планов предприятия;
- составить бизнес-план открытия кофейни-кондитерской;
- обосновать финансово-экономическую целесообразность организации кофейни-кондитерской;
- оценить экономическую эффективность разработанного бизнес-плана.

Теоретико-методологическую основу исследования составляют труды отечественных и зарубежных ученых по проблеме составления и реализации бизнес-планов. Это работы таких авторов, как Баранов В. А., Холт Роберт Н., Карамов О.Г., Ефремов В.С., Акуленок Д.Н., Попов А.И., Вернер Б., Уткин Э.А., Крутякова Ю.А., Головань С. И., Торосян Е. К., Фролова Т.А., Макаревич Л. М., Шеремет А.Д., Попов В.М., Кильдеева Р.А., Петров К.Н., Сухова Л.Ф., Брайен Ф., Горохов Н.Ю., Байкалова А.И., Петухов О.Н., Лапуста М.Г.

Эмпирической базой исследования являются аналитические и статистические документы Росстата Белгородской области, а также данные с портала Бизнес-Навигатор МСП, результаты авторского исследования.

Методы исследования: метод анализа документов, экономико-математические методы, метод сравнения, расчетно-аналитический метод, обработка данных с помощью информационных технологий, графическое и табличное представление материалов, группировка, прогнозирование.

Практическая значимость исследования состоит в том, что полученные результаты могут быть использованы для открытия ИП Иткина В.М. и реализации проекта по открытию кофейни-кондитерской «Trend Bakery».

Структура выпускной квалификационной работы. Работа включает введение, две главы, а также заключение, список литературы, приложение.

Глава 1 Теоретические основы разработки бизнес-плана

1.1 Цели, функции и задачи бизнес-плана

Бизнес-план - это документ, в котором содержатся основные разделы коммерческой деятельности организации: производственные, коммерческие и социальные проблемы. Многие компании составляют годовые планы, разбивая документ по каждому месяцу, некоторые же составляют более обобщенный документ, ориентируясь на 2-4 года. Более чем на 5 лет бизнес-план составляется редко [47, с.14]. Бизнес-план не имеет законодательного характера и постоянно изменяется под различными рыночными ситуациями.

Бизнес-план позволяет управлять предприятием, поэтому его можно представить, как неотъемлемый элемент планирования и как руководство для исполнения и контроля [49, с.200].

Цель бизнес-плана – это общие ориентиры деятельности предприятия в запланированный период, финальной целью которых являются достижения поставленных задач в полном объеме или в их большей части[34, с. 18]. Цели должны быть четкими, ясными, однозначно понимаемыми и сформулированы в терминах, отражающих перспективное состояние предприятия [13, с.28].

Рассматривать цели бизнес-плана можно с точки желаемого положения предприятия на рынке. Изначально определяется общая цель предприятия, и только потом конкретные. Эти конкретные цели обозначают промежуточные этапы на пути достижения конечной цели.

Бизнес-план рассматривает и внешние, и внутренние цели (рисунок 1.1.1). Главная внешняя цель – это убедить в успехе дела будущих инвесторов и партнёров. Основная внутренняя цель – это быть стержнем управления предпринимательской деятельностью. Более четкие цели раскрывают особенности самого предприятия и его деятельности.

Бизнес-план используют во всех сферах рыночной экономики, независимо от сферы деятельности, формы и размеров предприятия. В данном документе изложены основные аспекты развивающегося бизнеса:

- организационные;
- производственные;
- рыночные.

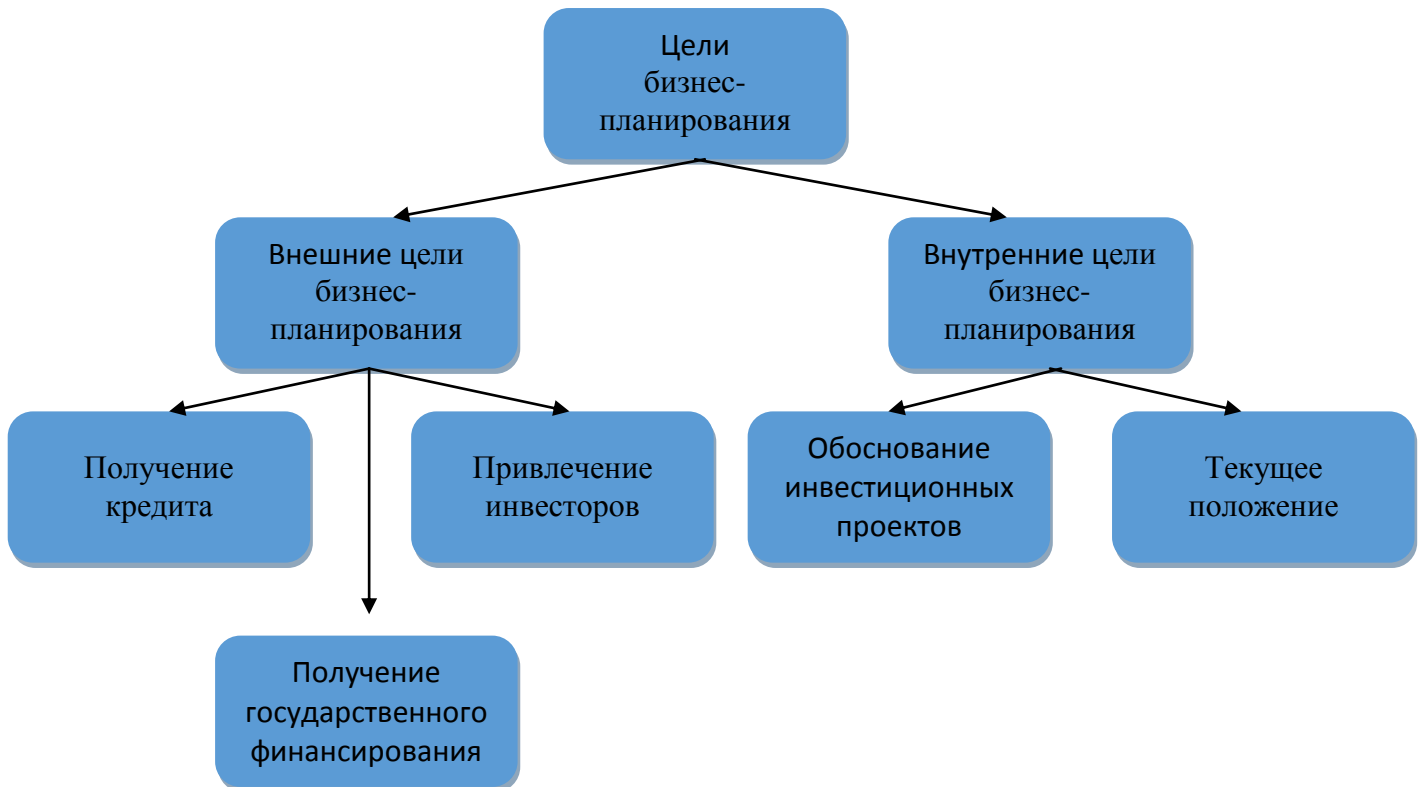


Рисунок 1.1.1 – Цели бизнес-планирования

Лишь благодаря четко поставленным целям в бизнес-плане достигается целенаправленность всей деятельности бизнеса, а это помогает руководителям направлять энергию и деятельность предприятия в оптимальное русло. Готовый бизнес-план является инструментом контроля управления, это помогает предприятию постепенно продвигаться к поставленной цели.

Также в бизнес-плане указываются плановые расчеты объемов производства, привлеченные инвестиции и получаемые финансовые результаты.

Существует множество видов бизнес-планов, которые можно классифицировать по разным критериям (по форме, структуре, содержанию и т.д.). Ниже продемонстрирована классификация, которая не является единственной [48, с.80].

Бизнес-план можно классифицировать по шести принципам:

- тип – по сферам деятельности предприятия: организационный, социальный, экономический, научный и смешанный;
- класс – по составу и структуре: монопроект (проект, который является самостоятельной единицей), мультипроект (проект, который состоит из нескольких монопроектов), мегапроект (программы развития регионов или целых отраслей);
- масштаб – мелкие, средние, крупные, очень крупные, их различают по размерам планируемого проекта, количеству задействованных участников и степени влияния на внешнюю и внутреннюю среду;
- длительность – по продолжительности осуществления: краткосрочные (менее 3-х лет), среднесрочные (от 3-5 лет), долгосрочные (более 5-ти лет);
- сложность – простые, сложные, очень сложные, их различают по степени сложности (технической, финансовой, организационной и других видов);
- вид – учебный, строительный, энергетический и смешанный, это зависит от выбранной области деятельности компании [19, с. 6].

Бизнес-план помогает спланировать деятельность организации и облегчает дальнейшее ее существование, например:

- дает возможность осуществлять наиболее четкую координацию действий по достижению запланированных целей;

- фиксирует показания деятельности фирмы, которые будут необходимы для последующего контроля;
- заставляет руководителей четче ставить свои цели и выбирать пути их достижения;
- помогает фирме более быстро адаптироваться ко внешним и внутренним изменениям;
- наглядно показывает обязанности и ответственность всех руководителей фирмы[2, с. 23].

Важное значение составление бизнес-плана имеет для организации тогда, когда фирма не владеет достаточными финансовыми ресурсами для осуществления проекта. Поэтому этот документ необходим предприятию и для того, чтобы обратиться к инвесторам в виде физических или юридических лиц, а также в банк для получения финансовых ресурсов или заемных средств.

Бизнес-план – это основной документ, с помощью которого определяют стратегию развития фирмы, наглядно показывают, как и какими способами будут достигаться поставленные цели и задачи. Основывается данный документ на общей концепции развития фирмы, более тщательно разрабатывает экономический и финансовый аспект стратегии, дает технико-экономическое обоснование конкретным мероприятиям. Осуществление стратегии базируется на обширных инвестиционных программах, составленных как единая концепция взаимосвязанных технических, экономических и организационных перемен в конкретный промежуток времени [4, с. 32].

В связи с тем, что бизнес-план предполагает собой итог изучения организационной работы, с целью исследования определенного направления работы фирмы товара (услуг) на конкретном рынке в сформировавшихся организационно-экономических обстоятельствах, он основывается на:

- определенном примере производства конкретного товара (услуг) – создание вида изделий или оказание новых услуг;

- всестороннее исследование производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности, целью которого является выделение ее слабых и сильных сторон, особенностей и отличий по сравнению с другими фирмами;

- изучение определенных финансовых, технико-экономических и организационных элементов, применяемых в экономике с целью решения определенных задач.

Для того, чтобы предприятию войти на рынок, изначально необходимо исследовать сам рынок и определенные, более узкие рыночные ситуации.

С помощью бизнес-плана можно решить ряд задач. Но что такое задача в бизнес-плане?

Задачами являются определенные, количественно измеряемые ориентиры, описания работ и функций по выполнению заданий в определённые временные рамки.

Основными задачами в бизнес-плане являются:

- четко сформулированные обоснования экономической целесообразности и путей формирования компании;

- расчет прогнозируемых экономических итогов работы, в первую очередь объемов продаж, прибыли, доходов на капитал;

- определение намечаемого источника финансирования осуществление избранной стратегии, т.е. метод концентрации финансовых ресурсов;

- подбор сотрудников, для осуществления данного плана;

- выбор состава и определение показателей товаров и услуг, которые будут предлагаться организацией;

- определение состава маркетинговых мероприятий фирмы (реклама, стимулирование продаж, ценообразование, каналы сбыта и т.п.);

- выявление проблемы, которые могут помешать выполнению бизнес-плана [1, с. 46].

Достичь решения определенной задачи можно только совместно с другими задачами.

Во время формирования организации, на пути у предпринимателя появляется ряд проблем, и даже одна из них может стать причиной появления проблемной ситуации. К таким проблемам относятся:

- организация управления;
- накопление капитала;
- разработка и маркетинг продукта;
- защита бизнеса от нежелательного влияния.

Потребность в бизнес-плане возникает тогда, когда нужно решить такие остроактуальные задачи как:

- подготовка заявок для получения заемных средств;
- открытие нового предприятия и выбор его сферы деятельности;
- репрофилирование уже действующей организации и определение с новыми направлениями деятельности;
- выход предприятия на внешний рынок и привлечение иностранных инвестиций[3, с. 11].

Большинство из возникающих проблем могут быть решены еще на этапе формирования бизнес-плана. Для этого необходимо оптимизировать его к изменяющимся обстоятельствам как во внешней, так и во внутренней среде организации, тем самым усилить бизнес-план для его дальнейшего использования, как критерия оценки фактических результатов деятельности фирмы [50, с. 17].

Однако бизнес-план ограничивается не только решением задач. На данный документ возложены и определённые функции(таблица 1.1.1):

- четкое определение выбираемой стратегии и тактики поведения предприятия, это остро необходимо не только создаваемым предприятиям, но также и уже существующим организациям для разработки нового направления деятельности или создания нового продукта;

- планирование и прогнозирование результатов деятельности предприятия, установление целей развития предприятия;

- привлечение инвесторов [44, с. 43].

Таблица 1.1.1 – Внешние функции бизнес-плана

Функции бизнес- плана	Содержание
Макроэкономический анализ определенных сфер производства	- определение стратегических тенденций развития производства
Создание информационной базы для разработки макроэкономической политики	- разработка и реализация государственной политики - разработка и реализация региональной политики
Привлечение заемного капитала	- ссуды, кредиты
Привлечение инвестиций	- реальные инвестиции: централизованные инвестиции - дотации, субсидии - финансовые инвестиции: подготовка эмиссии акций и реализации их на фондовом рынке
Установление деловых контактов, изучение целей аудитории участников	- организация и проведение переговоров, торгов, заключение контрактов
Обоснование направлений реализации	- приватизация государственных (муниципальных) предприятий - обоснование совместного производства с другими предприятиями - обоснование использования иностранного капитала - обоснование создания финансово- промышленных групп или вложения в них

Однако бизнес-план выполняет не только внешние функции. Данный документ выполняет и внутренние функции (таблица 1.1.2).

Таблица 1.1.2 – Внутренние функции бизнес-плана

Функция бизнес- плана	Содержание
1	2
Оценка научно-технического, производственного потенциала	- оценка степени использования имеющегося потенциала - выявление и оценка резервов - разработка мероприятий по научно- техническому развитию
Определение центров ответственности за результаты деятельности	- обоснование обязанностей структурных подразделений и отдельных исполнителей
Анализ соответствия кадрового состава	- переподготовка, либо повышение квалификации - подбор новых кадров

Анализ системы оплаты труда	- оценка существующей системы оплаты труда
Контроль за результатами деятельности, их учет	- учет отклонений от плана, их анализ

Продолжение таблицы 1.1.2

1	2
Определение степени и факторов риска	- разработка мероприятий по снижению риска
Отчетность перед собственниками, подготовка к внезапным изменениям	- обеспечение устойчивости проекта

Бизнес-план не является постоянным, неизменяемым документом, он периодически обновляется, в него вносятся коррективы под влиянием внутренних и внешних изменений. Вид и содержание бизнес-плана могут для одного проекта отличаться в зависимости от того, для кого он предназначен (для инвестора, компаньонов, внутреннего пользования и др.) [12, с.9].

Так как бизнес-план является итогом исследования определенного направления деятельности компании на сегментированном рынке в определенных организационно-экономических условиях, бизнес-план основывается на:

- созданию проекта по производству конкретного товара, либо созданию нового вида продукта или услуги;

- анализе производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности предприятия. Целью данного анализа является выявление сильных и слабых сторон организации, ее спецификации и определение специфических особенностей, которые будут отличать данную организацию от конкурентов;

- изучении определенных организационных, финансовых и технико-экономических механизмов, которые используются в экономике для реализации поставленных задач.

Бизнес-план является стратегическим документом фирмы, и зная настоящие финансовые возможности предприятия мы можем достичь

сбалансированности определённых задач. Лишь при достаточном количестве финансовых ресурсов бизнес-план может быть принят. В значительной мере именно это и определяет суть проектов, которые обозначаются при разработке бизнес-плана [31, с. 10].

Выбранные проекты должны быть не только инновационными, но еще должны иметь полную разработку: сколько затрат необходимо для их реализации и какая прибыль ожидается. Ориентируясь по степени рискованности проекта, определяются способы привлечения капитала.

Вся структура бизнес-плана зависит от таких факторов как:

- размеры бизнеса;
- сфера деятельности, в которой развивается предприятие;
- объем производства и разновидность планируемого продукта;
- сумма инвестиций, необходимых для реализации данного проекта.

Участие в создании бизнес-плана помогает предпринимателям в дальнейшем управлении предприятием, а именно:

- помогает руководителю анализировать перспективы фирмы;
- помогает более четко координировать свои усилия по достижению целей;
- помогает определить базовые показатели деятельности фирмы, по которым в дальнейшем будет осуществляться контроль работы;
- помогает предпринимателю более четко и сформулировано обозначать цели и способы их достижения;
- помогает фирме быстрее адаптироваться ко внешним или внутренним изменениям;
- помогает наглядно продемонстрировать обязанности и ответственности всех руководителей предприятия.

Благодаря бизнес-плану у руководства появляется возможность взглянуть на собственное предприятие со стороны, а сам процесс разработки бизнес-плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет мобилизоваться [51, с.8].

1.2 Содержание и структура бизнес-плана сферы услуг

По своей сути, бизнес-план – это такой документ, который должен привлечь к себе внимание потенциальных партнёров и инвесторов. Так как бизнес-план является своеобразным рекламным инструментом, представляющим предприятие в целом или предпринимателя и его бизнес, он должен выглядеть профессионально. Поэтому следует концентрироваться не только на содержании, но и на внешнем виде бизнес-плана, он должен быть прост, понятен, функционален и удобен в использовании.

Правильно составленный и научно обоснованный документ необходим всем участникам бизнеса: учредителям-собственникам, инвесторам, партнерам, банкам и административным органам [45, с. 145].

Содержание и структура бизнес-плана определяются спецификой вида деятельности, размером предприятия и целью составления документа. Из этого следует, что чем больше предприятие, тем сложнее его функциональная деятельность, а в следствии, разработка разделов должна быть более полной и обоснованной. Соответственно, чем меньше предприятие, тем проще бизнес-план по содержанию, объему и структуре.

В определенных разделах бизнес-плана отражаются сведения о продукте или услуге, планируемой к производству: качество, уровень цен, конкурентоспособность продукта (услуги), результат маркетинговых исследований и финансовые результаты от продаж.

В трудах С.И. Головань структура бизнес-плана выглядит следующим образом:

Раздел 1. «Резюме (Возможности фирмы)»

Раздел 2. «Общее описание компании»

Раздел 3. «Виды товаров (услуг)»

Раздел 4. «Рынки сбыта товаров (услуг)»

Раздел 5. «Конкуренция на рынках сбыта»

Раздел 6. «План маркетинга»

Раздел 7. «Организационный план»

Раздел 8. «Финансовый план»

Раздел 9. «Оценка риска и страхование»

Раздел 10. «Приложение» [11, с. 18].

Также, разделы бизнес-плана и их содержание, зависит от условий в которых функционирует фирма, это значит, что структуры бизнес-планов не должны быть идентичны, документы могут различаться полнотой, количеством представленного материала и разделами. Это зависит от того, на решения каких задач направлен бизнес-план. Например, бизнес-планы вновь создаваемого предприятия или уже действующего, малого предприятия сферы услуг или крупного промышленного будут разительно отличаться, так как они имеют разные цели, задачи и объекты бизнеса.

Также, если проект осуществляется с долей финансирования международных или национальных учреждений, к структуре бизнес-плана предъявляются определенные требования и бизнес-план должен быть более развернут и включать в себя такие разделы, как:

- технико-экономический анализ;
- финансовый анализ;
- общеэкономический (или национально-хозяйственный) анализ (для крупных проектов государственной важности) [14, с. 57].

В каждом разделе бизнес-плана отражаются сведения по конкретному вопросу: информация, качество, уровень цен, результаты маркетинговых исследований, рынок сбыта, конкурентоспособность и финансовые результаты продаж продукта (услуги). Данная информация указана в Приложении А.

При создании бизнес-плана, костяком группы специалистов разработки являются экономисты, системщики и статисты. Но не менее важными членами группы являются финансисты, которые досконально разбираются в

особенностях кредитного рынка, наличии свободных капиталов и рисках бизнеса. Данная информация указана в Приложении Б.

Создание бизнес-плана начинается с грамотного оформления титульного листа. Титульный лист бизнес-плана – это своего рода обращение создателей документа к потенциальному партнеру или инвестору. Он должен быть лаконичным и привлекательным. На нем указываются название фирмы, ее месторасположение, название бизнес-плана и дата составления, также указываются данные адресата, которому он направляется. На титульном листе обычно помещается меморандум о конфиденциальности.

После титульного листа идет аннотация, в которой кратко прописываются цели и основные положения бизнес-плана, буквально 0,5-2 страницы. Аннотация предназначена для высшего руководства или для письменных обращений. В ней прописываются такие пункты, как:

- суть предлагаемого проекта и место его реализации;
- общая стоимость проекта;
- результаты реализации проекта;
- необходимые финансовые ресурсы;
- срок окупаемости проекта и т.д.

В оглавлении перечисляется то, что будет включено в бизнес-план, это позволяет быстро найти нужную информацию[20, с.17].

Задача составления бизнес-плана указывается во введении документа, здесь же можно отметить, почему возникла потребность в создании представляемого проекта.

Также к бизнес-плану прилагаются документы, подтверждающие достоверность изложенной информации. К таким документам можно отнести: контракты, отчеты, данные статистики и договора.

Раздел 1. Резюме – данный раздел оформляется после составления других разделов документа. В данном пункте бизнес-плана излагаются такие вопросы:

- основные цели предприятия, к которым оно будет стремиться: получение чистой прибыли, достижение объемов продаж и т.д.;

- главные стратегии фирмы, которые были разработаны для достижения поставленных целей;

- перечень определенных мероприятий, которые нужно проводить в рамках конкретной стратегии;

- какова деятельность предприятия в определенный период;

- какие необходимы финансовые средства и из каких источников они получаются, либо планируется получать;

- чем представляемая предприятием продукция (услуга) лучше похожей продукции (услуги) конкурентов, и почему потребители выберут нас, а не конкурентов;

- какой объем продаж продукта (услуги) прогнозируется в ближайший год;

- какая выручка ожидается от продаж;

- какие затраты планируются при производстве продукта (услуги);

- какая чистая прибыль ожидается;

- в какой срок могут быть возвращены заемные средства;

- данные о создании и регистрации предприятия;

- контактные телефоны руководителей фирмы [23, с. 188].

Иными словами, резюме представляет собой краткий вывод всего бизнес-плана.

Раздел 2. Общее описание компании – именно с него и начинается бизнес-план. Объем данного раздела не должен превышать нескольких страниц. Данный раздел является более обобщенным, в нем не нужно вдаваться в подробности, которые будут расписаны в других пунктах, здесь следует отразить основные виды деятельности и характер предприятия.

В данном разделе следует ответить на такие вопросы как:

- к какой отрасли относится предприятия: производственной, торговой или сферы услуг;

- какой продукт (услугу) предприятия намерено предоставлять клиентам и как;

- где расположено предприятие;

- в каких территориальных и географических рамках предприятие намерено развивать свой бизнес (по своей местности, в пределах страны или же в международных масштабах).

Также следует предоставить сведения относительно того, на какой стадии развития находится предприятие. Находится ли бизнес предприятия на начальном этапе, когда еще нет полной разработки ассортимента продукции. Либо же предприятие имеет разработанный ассортимент продукции, но еще не приступило к маркетингу. Или предприятие уже приступило к маркетингу и преследует цель расширения масштаба своей деятельности.

Раздел 3. Виды товаров (услуг) – в данном разделе описываются все товары (услуги), которые производит предприятие. Перед тем, как приступить к написанию данного раздела, следует провести значительную работу по выбору товара (услуги), которые будут составлять основу бизнеса [24, с. 108]. В разделе дается характеристика и описание всех ранее существующих или же новых товаров (услуг), которые предлагает предприятие.

В этом помогают следующие вопросы:

- какие товары (услуги) предлагает предприятие?
- наглядное изображение товара (услуги), это могут быть фотографии или рисунки;
- название товара (услуги);
- какие потребности (материальные, духовные, социальные) могут удовлетворять данные товары (услуги)?
- дорогие ли это товары (услуги)?
- отвечают ли данные товары (услуги) требованиям законодательства и насколько?

- на каких рынках сбыта и какими образами они продаются?
- почему потребители выбирают данные товары (услуги) предприятия?
- в чем их главное преимущество?
- в чем недостатки предлагаемых товаров (услуг)?
- какими патентами или авторскими правами защищены данные товары (услуги) или технологии их создания?
- каковы затраты на производство единицы товара (услуги)?
- каковы цены, по которым реализуются товары (услуги)?
- какую прибыль принесет продажа единица товара (услуги)?
- имеет ли данный товар (услуга) фирменную марку?

При ответе на данные вопросы целесообразно составить таблицу для каждого товара (услуги), это поможет более четко сформулировать ответы на вопросы [22, с. 102].

Раздел 4. Рынки сбыта товаров (услуг) – данный раздел помогает предпринимателю представить где его ниша на рынке, и кто будет покупать его товар [46, с. 320].

В данном разделе документа есть ответы на следующие основные задачи:

1. Необходимо определить данные, которые помогут установить условия производства и сбыта товара (услуги), а также потенциал конкурентов. Решая данную задачу уместно заранее определить ценовые и неценовые факторы воздействия на спрос и предложение предлагаемого товара (услуги);

2. Необходимо определиться с источниками получения информации, они могут быть:

- местные (региональные, территориальные) торговые палаты (ассоциации предпринимателей) отраслевых и торговых ассоциаций;
- собственные исследования (создание информационного центра внутри предприятия).

3. Необходимо провести анализ данных:

- кто именно, по какой причине, когда и в каком количестве будет приобретать товар (услугу) в краткосрочной и долгосрочной перспективе?
- какой уровень розничной цены данного товара (услуги) в условиях конкуренции?

4. Необходимо разработать план мероприятий, которые позволят удержать данную нишу на рынке.

Также необходимо предоставить:

- оценку потенциальной емкости рынка;
- оценку потенциального объема продаж [19, с. 16].

Раздел 5. Конкуренция на рынках сбыта – в данном разделе необходимо провести оценку сильных и слабых сторон конкурирующих товаров (услуг) и выявить выпускающие их фирмы. Выявить источники информации, которые указывают на наиболее конкурентоспособные товары (услуги), сравнить конкурирующие товары (услуги) по их базисной цене, обслуживанию, гарантийным обязательствам, характеристикам и прочим признакам. Для наглядности данную информацию представляют в виде таблицы.

Также необходимо кратко описать имеющиеся плюсы и минусы у конкурирующего товара (услуги). Необходимо указать, какие данные о действиях конкурирующих фирм помогут в создании или улучшении товара (услуги)[26, с. 56].

В целом, данный раздел посвящается анализу рыночной конъюнктуры и описанию своих конкурентов. Следует детально изучить слабые и сильные стороны конкурирующих компаний по таким факторам конкурентоспособности, как:

- товар;
- цена;
- продвижение товара на рынок;
- каналы сбыта;
- производство (применение нового оборудования, технологий);

- организации и управление;
- маркетинг;
- обеспеченность компании квалифицированными кадрами [41, с.47].

Необходимо показать плюсы и минусы конкурирующих фирм, выявить сферу каждого конкурента на рынке, указать кто имеет максимальную, а кто минимальную цену, чья продукция самая качественная.

Раздел 6. План маркетинга – это комплексный план мероприятий, который направлен на выполнение поставленного объема продаж и получения максимальной прибыли путем удовлетворения рыночных потребностей потребителя. В данном разделе необходимо четкое соблюдение маркетинговой ориентации на потенциального покупателя. Необходимо понимать, что именно нужно потребителю, доступна ли цена, уникален ли продукт (услуга), насколько высок сервис обслуживания и/или доставки товара, насколько продукт (услуга) надежен и стабилен [32, с. 8].

При составлении данного раздела необходимо четко продумать и объяснить партнерам и/или инвесторам, каковы основные элементы плана маркетинга. Следует четко понимать, как будет формироваться ценообразование, реклама, имидж, какая будет схема распространения товара, методы стимулирования продаж и организация послепродажного сопровождения.

На данном этапе необходимо решить такие задачи:

- создать собственную систему скидок и научиться грамотно ею распоряжаться;
- выявить механизм корректировки цен в будущем, при этом учесть стадии жизни товара (услуги) и инфляционных процессов.

Грамотная реклама и стимулирование сбыта – это такие инвестиции, которые принесут дивиденды в качестве расширения производства.

При планировании кампании по стимулированию сбыта, нужно особо остро заострить свое внимание на четырех задачах:

- найти потенциальных клиентов;

- заинтересовать и простимулировать их;
- удовлетворить их потребности;
- продать [35, с. 9].

Раздел 7. Организационный план – в данном разделе следует отобразить с кем будет происходить организация бизнеса и как будет налаживаться работа. Отправной точкой выступают квалификационные требования, в них указывается:

- какие специалисты необходимы для успешного ведения дел, с каким образованием, профилем и опытом работы;
- на каких условиях будут приниматься специалисты на работу, будут ли это постоянные сотрудники или внешние эксперты, с испытательным сроком или без него;
- есть ли возможность прибегнуть к услугам организаций по найму специалистов;
- в случае, если персонал уже нанят, необходимо прописать краткие биографические данные (квалификация, прежний опыт работы).

Помимо перечисленного, в данном пункте прописывается и организационная структура самого предприятия, в котором указывается:

- кто и чем будет заниматься;
- взаимодействие служб между собой;
- координация и контроль их деятельности.

Немаловажно и оговорить вопрос оплаты труда руководящего персонала и его стимулирование [43, с. 46].

Раздел 8. Финансовый план – данный раздел является самым важным и сложным, ведь именно в нем содержится ответ на вопрос: «Какую прибыль мы получим от вложенных средств?» [10, с.137].

В финансовом плане обобщены все разделы, именно здесь отображается их стоимостное выражение. Благодаря финансовому плану обеспечивается сбалансированное движение денежных и материальных

потоков предприятия, отображаются финансовые затраты, источники их покрытия и предстоящие финансовые результаты [18, с.38].

Формирование финансового плана можно представить в виде следующей схемы (рисунок 1.2.2).



Рисунок 1.2.2 -Этапы финансового плана[42, с.50]

Во время составления финансового плана следует придерживаться основных принципов:

- достоверность данных. Если обнаружится, что в расчетах допущены ошибки или информация в одном разделе бизнес-плана отличается от информации другого раздела, то ценность такого документа резко снизится;
- точность расчетов;

- вариативность. Если рассмотреть развитие бизнеса с несколькими сценариями, например, пессимистический, оптимистический и консервативный, то возможно более полно понять перспективы бизнеса;

- непрерывность, маневренность и гибкость. Так как бизнес-план создается на несколько лет, он должен пересматриваться и меняться по мере необходимости, но не реже одного раза в год. Принцип гибкости помогает менять направленность в связи с возникновением непредвиденных обстоятельств[9, с.54].

Основные документы финансового плана-отчета соответствуют трем основным бухгалтерским формам:

- балансовый план-отчет (форма №1) отражает активы по структуре и источникам их образования;

- план-отчет о финансовых результатах(форма №2 «Отчет о прибылях и убытках») отражает формирование доходов, расходов и финансового результата (Приложение В);

- план-отчет о движении денежных средств (форма №4) показывает поток денежных поступлений и платежей, остаток и дефицит/профицит денежных средств(Приложение Г) [21].

Составление основных финансовых планов начинается с подготовки плана движения денежных средств, а заканчивается подготовкой прогнозного баланса [42, с. 50].

Раздел 9. Оценка риска и страхование – данный раздел разбит на две части.

Риск – это вероятность возникновения убытков или недополучение доходов по сравнению с прогнозируемым вариантом [5, с. 95].

В первой части отображаются всевозможные типы рисков, будь это природные аномалии – землетрясения и пожары, либо социальные изменения – изменение в налоговом регулировании или колебание валютных рынков, межнациональные конфликты или забастовки. Помимо этого, следует указать возможности и источники их возникновения.

Риски предприятия подразделяются на несколько видов:

- политические риски;
- социальные риски;
- экономические риски;
- экологические риски;
- климатические риски;
- производственные риски предприятия;
- коммерческие риски;
- отраслевые риски;
- информационные риски [4, с.99].

Во второй части раздела дается ответ на вопрос: как возможно уменьшить риски и потери на предприятии?

Ответ на данный вопрос должен состоять из двух пунктов:

1. Прописываются организационные меры по профилактике рисков, а также разрабатываются меры по сокращению данных рисков и потерь;
2. Приводится программа по страхованию от рисков.

В случае организации современной системы страхования в бизнес-плане прописываются типы страховых полисов (таким образом можно застраховать любое действие, например, покупка оборудования) и на какие суммы планируется их приобретение [34, с. 87].

Если бизнес-план составлен грамотно, это поможет добиться большего внимания со стороны потенциальных инвесторов и спонсоров, получить финансирование для реализации идеи. Но для того, чтобы документ получился максимально правильным и привлекательным, необходимо заострять внимание на множестве элементов. Очень важно соблюдать структуру бизнес-плана и порядок его составления.

Раздел 10. Приложение - этот раздел содержит в себе все необходимые приложения, а также основные документы, которые не принимают участие в процессе планирования [37, с.123].

Глава 2 Разработка бизнес-плана по открытию кофейни-кондитерской

2.1 Резюме бизнес-плана и актуальность бизнес-идеи

Данный проект предусматривает создания предприятия общественного питания кофейня-кондитерская «Trend Bakery». В ходе реализации проекта планируется удовлетворить потребности жителей города Белгорода в услугах предприятия общественного питания.

«Trend Bakery» — это современная кондитерская, которая будет идти в ногу с новыми направлениями и тенденциями в мире кондитерского ремесла. Мы будем ежедневно совершенствоваться, повышать качество продукции и обслуживания, предлагая нашим гостям десерты, горячие и холодные напитки собственного производства, приготовленные по последним трендам, а также гранулированное мороженое, которое только начало завоёвывать российский рынок (в городе Белгороде продажа подобного мороженого еще не стартовала). Также в меню кофейни-кондитерской включены десерты и напитки для вегетарианцев.

Нашей единственной задачей является создание вкуснейших сладостей из натуральных продуктов, не содержащих красителей, искусственных добавок и прочих ненатуральных ингредиентов. Прекрасным дополнением станет чашка ароматного чая или кофе, с заботой приготовленного для Вас бариста заведения. Кофейня-кондитерская «Trend Bakery» предлагает еще одну модную тенденцию для Вашего праздника – это создание кенди-баров для торжества, с возможностью доставки кондитерских изделий на место проведения мероприятия.

Кофейня-кондитерская «TrendBakery» занимает 1 этаж здания общей площадью 130 м², производственный цех и зал с 20 посадочными местами. Кофейня имеет два входа, витражное остекление и складское помещение, располагается по адресу улица Белгородского полка, дом 62а.

Принципы кофейни-кондитерской «Trend Bakery»:

- качество;
- забота;
- общение.

Дата начала реализации проекта – 01.09.2018 г., датаоткрытия кофейни-кондитерской 01.01.2019 год.

Фактический адрес - Россия, Белгородская область, город Белгород, улица Белгородского полка, дом 62а.

Юридический адрес - Россия, Белгородская область, Белгородский район, поселок Дубовое, улица Тополевая, дом 35.

Валюта проекта – российский рубль.

Источники финансирования проекта – собственные средства в размере 2 200 000 рублей.

Форма ведения предпринимательской деятельности – ИП.

Полная стоимость реализация проекта – 2 155 241 рублей.

Продолжительность описания в документе – 3 года.

Продолжительность деятельности – постоянно.

Часы работы с 08.00-22.00.

Срок окупаемости – 10 месяцев.

В результате реализации данного проекта в первый год работы предполагается достичь рентабельности 9,7%, во второй год 34%, в третий год 34,5%.

Планируемая выручка за год работы – 9 699 948рублей. Чистая прибыль проекта – 940 972,95рублей.

ИП Иткина В.М. будет реализовывать предпринимательскую деятельность по упрощенной системе налогообложения (УСН) «доходы минус расходы», ставка составляет 15%.

Актуальность данного проекта заключается в том, что выбранное направление имеет широкое распространение и пользуется большим спросом. К тому же, проект выгодно окупает все затраты.

Изначально «Trend Bakery» создавалась как домашняя кондитерская, и все заказы выполнялись не на предприятии, а на дому. Со временем появилась отработанная база клиентов, и заказов на изготовление кондитерских изделий становилось все больше, но возможности их приготовления не было, так как требовались большие площади, более сложное оборудование и несколько помощников. В связи с невозможностью дальнейшего изготовления десертов на дому в требуемых объемах, было решено открыть кофейню-кондитерскую «Trend Bakery», где будет совмещен цех по производству тортов, пирожных, эклеров, чизкейков, капкейков, пряников и прочих кондитерских изделий, и гостевой зал, где гости смогут отдохнуть и насладиться десертами и чашечкой кофе или прохладительным напитком.

Еще одним фактором, который с подвиг на создание кофейни-кондитерской стало желание внедрить на Белгородский рынок такие товары как: вегетарианские десерты и гранулированное мороженое. Так как я лично знаю людей, которые придерживаются вегетарианства, и им достаточно сложно выбрать десерт в кафе или кондитерских, в которых нет подобного направления. А в кофейне-кондитерской «Trend Bakery» данному направлению уделено 20% от общего меню. Плюс ко всему абсолютно новый товар на рынке города Белгород – гранулированное мороженое. Несомненно, станет интересным новшеством и привлечет новых клиентов.

2.2 Описание предприятия, его услуг

Проект, по открытию кофейни-кондитерской «TrendBakery» в городе Белгороде, планируется без создания юридического лица, с целью уменьшения налогообложения и упрощения финансовой отчетности. Проект будет реализован путем открытия ИП Иткина В.М.

Одной из основных целей создания кофейни-кондитерской, является организация уютного пространства для отдыха потребителей. Миссией

предприятия является создание комфортной атмосферы в сочетании с качественной продукцией и достойным обслуживанием.

Основными чертами интерьера «Trend Bakery» стали открытость и легкость. Идея объединения с природой поддержана использованием лаконичных форм и светлых тонов (рисунок 2.2.3 и 2.2.4).



Рисунок 2.2.3 – Примерный дизайн кофейни-кондитерской «TrendBakery»



Рисунок 2.2.4 – Примерный дизайн кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Концепция кофейни-кондитерской соответствует последним тенденциям. Современное оформление зала в эко-стиле, использование натуральных и свежих продуктов, приготовление кондитерских изделий по собственным рецептам с использованием последних технологий и продажа нового товара в городе Белгород – гранулированного мороженого. И еще одной из особенностей «Trend Bakery» будут десерты и напитки для вегетарианцев, которые составляют 20% от общего меню.

Поскольку кофейни-кондитерская находится при производстве, покупатели будут уверены в том, что данная продукция всегда свежая и качественная. Кофейня полного цикла, реализующая широкий ассортимент продукции только собственного производства и только из натуральных ингредиентов. Полуфабрикаты, а также вкусовые и искусственные ароматические добавки не применяются.

Полное наименование предприятия: Кофейня-кондитерская «TrendBakery» (далее «TrendBakery»).

Директор: Иткина Василя Маратовна - принимает самостоятельные решения касающиеся деятельности предприятия, действует от своего имени, распоряжается имуществом предприятия, осуществляет прием и увольнение сотрудников.

Дата создания предприятия: 01.09.2018 г., датаоткрытия кофейни-кондитерской 01.01.2019 год.

Юридический адрес: Россия, Белгородская область, Белгородский район, поселок Дубовое, улица Тополевая, дом 35.

Время работы предприятия: с 08.00– 22.00без перерывов и выходных.

Вид деятельности предприятия: производство, реализация, организация потребления продукции общественного питания, оказание разнообразных услуг.

Кофейня-кондитерская «TrendBakery» занимает 1 этаж здания общей площадью 130 м², производственный цех и зал с 20 посадочными местами.

Кофейня имеет два входа, витражное остекление и складское помещение, располагается по адресу улица Белгородского полка, дом 62а.

Основными преимуществами предприятия являются:

- удобное расположение, в 100 метрах от остановок «Гастроном Салют» и «Скорая помощь», в 50 метрах располагается Белгородская государственная филармония;

- высокий уровень сервиса обслуживания;
- большой ассортимент товаров;
- изготовление вегетарианских десертов;
- новый продукт для города – гранулированное мороженое;
- высокое качество и свежесть изготавливаемой продукции.

Услуги заведения будут оказываться по двум направлениям:

- обслуживание внутри заведения – основная услуга (приготовление изделий и напитков, реализация изделий в кофейне-кондитерской, бесплатный Wi-Fi, подарочные сертификаты и скидочные системы);

- предоставление дополнительных услуг («еда на вынос», изготовление кондитерских изделий на заказ для праздников и торжеств, при этом клиент принимает непосредственное участие в выборе состава кондитерского изделия, его веса и оформлении, таким образом учитываются все индивидуальные предпочтения).

Целевой аудиторией кофейни-кондитерской станут жители города, преимущественно проживающие и работающие в его центральной части, молодые семьи, офисные служащие, студенты, школьники, а также пользователи общественного транспорта.

Деятельность кофейни-кондитерской «TrendBakery» направлена на оказание услуг в сфере общественного питания и рассчитана на контингент со средним уровнем дохода.

Ассортимент кофейни-кондитерской «TrendBakery» представлен в Приложении Д.

Технологические карты расчётов себестоимости кондитерских изделий отображены в ПриложенииЕ, список поставщиков и их цены на продукты отображены в Приложении Ж. Несомненным новшеством и нововведением будет являться гранулированное мороженное, которое еще не распространено в городе Белгороде.

В зависимости от сезона, будет составляться сезонное меню. Например, в зимний период в меню будет включен торт «Глинтвейн», «Мандариновый», печенье с корицей и медом, новогодние наборы имбирных пряников и горячие напитки, такие как, безалкогольный глинтвейн, безалкогольный рождественский пунш и прочее.

2.3 Анализ рынка и конкуренции, потенциальная емкость проекта

Основной целью анализа рынка является оценка возможного объема и цен продаж планируемой продукции предприятия. Необходимо понять характер формирования потребности в товаре (услуге) в соответствии с общей экономической ситуацией и спецификой предложения, оценить конкурентоспособность предлагаемых преимуществ для потребителя [15, с.27].

В настоящее время в городе Белгороде рынок предлагает широкий выбор кондитерских изделий и разнообразных десертов. Цены за сладкие изделия колеблются от 40 до 600 рублей за штуку.

Как правило цене соответствует и качество продукции. Сладости с низкой ценой изготавливаются из более дешевых и не всегда качественных продуктов, в следствии чего вкусовые качества оставляют желать лучшего. Такие изделия занимают отдельный рынок для потребителей с низким уровнем доходов: пенсионеры, сельское население. Конкуренция на таком рынке не велика.

Десерты, входящие в ценовой промежуток от 150 до 300 рублей можно считать наиболее распространенными и пользующимися большей

популярностью. Такие изделия занимают большую часть рынка сбыта десертов, так как их вкусовые качества, состав и дизайн на порядок выше. Они ориентированы на людей со средним уровнем достатка, а таких большинство в городе Белгороде.

Десерты с ценовой политикой от 300 рублей и выше уже находятся в подклассе «премиум», такие кондитерские изделия подаются в ресторанах и заведениях премиум класса. Потребитель платит за уникальность и возможность попробовать штучные десерт, приготовленный именно для него. В отличии от десертов среднего и низкого уровня, которые изготавливаются массово. Конкуренция таких десертов не велика, хотя бы потому что, ресторанов подобного уровня в городе Белгороде не так и много, к тому же, позволить пирожное за 600 рублей просто не каждому по карману.

К тому же, численность населения города стремительно растет, так в 2015 году численность населения составляла 384 425 человек, в 2016 году – 387 090 человек, а в 2017 году – 391 135 человек [8]. Помимо стабильного роста населения в городе, Белгород занимает лидирующее положение по среднемесячной зарплате по всей Белгородской области (33 тыс.рублей)[40]. Из чего можно сделать вывод, что платёжеспособность жителей города выше, чем у жителей близлежащих городов.

При этом не стоит забывать, что кофейня-кондитерская ориентируется не только на изготовление пирожных и десертов, но также и на производство тортов и кондитерских изделий на заказ.

Основными сегментами изготовления десертов на заказ являются:

1. дни Рождения;
2. юбилеи;
3. свадьбы.

Данные направления были выделены по причине возможности крупных и дорогостоящих заказов. Даже 1% от численности человек каждого сегмента, способен принести значительный доход для кофейни-кондитерской.

Направления характеристики сегментов показаны в таблице 2.3.3.

Таблица 2.3.3 - Характеристика основных сегментов

Показатель, характеризующий сегмент	Дни рождения	Юбилеи	Свадьбы
1. Численность, чел.	194 600 – экономически активное население	38 920	2 920[17]
2. Основные услуги	изготовление тортов	изготовление тортов	изготовление тортов
3. Чувствительность к цене	высокая	высокая	не чувствительны к цене
4. Особые требования к услуге	не имеются	не имеются	не имеются
5. Особые требования к режиму работы	Понедельник-воскресенье с 08.00 до 22.00	Понедельник-воскресенье с 08.00 до 22.00	Понедельник-воскресенье с 08.00 до 22.00
6. Особые требования к обслуживанию	возможность доставки	возможность доставки	возможность доставки
7. Форма оплаты	наличный, безналичный расчёт	наличный, безналичный расчет	наличный, безналичный расчет

Из представленной таблицы видно, что количество потенциальных заказчиков на изготовление десертов велико. И как указывалось ранее, даже 1% от численности человек данных сегментов будет составлять 2 364 человека.

Что бы охарактеризовать тип рынка в городе Белгороде воспользуемся таблицей 2.3.4[7, с.54].

Таблица 2.3.4–Характеристика рынка сбыта продукции кофейно-кондитерской «Trend Bakery»

Критерий классификации	Характеристика рынка
1	2
По экономическому назначению	Рынок товаров и услуг
По особенностям конкуренции	Рынок несовершенной конкуренции

Продолжение таблицы 2.3.4

1	2
По масштабу	Местный рынок, представлен городом Белгород
По рыночному механизму воздействия государства на спрос и предложение	Рынок с косвенным механизмом воздействия государства на спрос и предложение. Государство воздействует на предприятие посредством налогов и сборов, пошлин
По формам конкуренции	Предметная (продукция аналогична) и видовая конкуренция (продукция предприятия схожа с конкурентной, но может отличаться по таким характеристикам, как состав, качество производимой продукции и др.)
В зависимости от потребителя	Индивидуальные потребители/организации

Анализ таблицы 2.3.4 показал, что рынок товаров и услуг города Белгород является несовершенной, то есть это конкуренция в условиях, когда отдельные производители имеют возможность контролировать цены на продукцию, которую они производят.

К признакам несовершенной конкуренции относятся:

- наличие входных барьеров в отрасль;
- дифференцированность продукции;
- основная доля продаж приходится на одного или нескольких производителей-лидеров;
- возможность контролировать полностью или частично цену на свою продукцию [39, с.144].

Согласно информации с сайта, органов самоуправления города Белгорода по состоянию на 01.01.2017 в реестре общественного питания управления потребительского рынка зарегистрировано 660 предприятий общественного питания [29].

Удельный вес предприятий общественного питания представлены на рисунке 2.3.5.

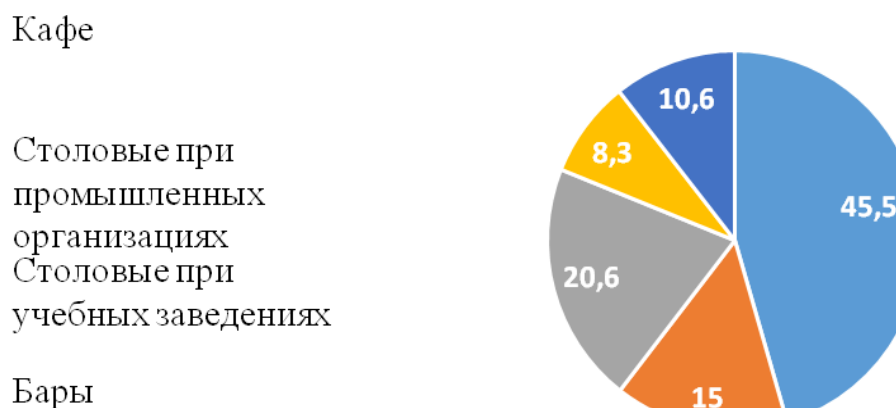


Рисунок 2.3.5 - Удельный вес предприятий общественного питания в городе Белгороде

Исходя из данной диаграммы, можно сделать вывод, что из 660 предприятий, приблизительно 300 – это кафе, из которых 24 кофейни [37] с посадочными местами и всего 4 кофейни-кондитерских.

В настоящее время на территории города Белгорода существует большое количество предприятий общественного питания, которые реализуют хлебобулочные и мучные кондитерские изделия. Из них рассмотрим четыре наиболее конкурентоспособные.

Первая по списку кондитерская «Лемони», находится по адресу улица Щорса, д.57, средний чек 350 рублей. Рассматривать данное заведение как прямого конкурента нет смысла, так как территориальное расположение отдаленное.

Второй конкурент кафе-пекарня «Бонифаций», находится по адресу проспект Славы, д.31а, средний чек 500 рублей. Данное заведение более ориентированно на производство хлебобулочных изделий, таких как круассаны, слойки, разнообразные хлеба и булочки, перечень кондитерских изделий не велик. К тому же, на первом этаже кафе можно приобрести продукция только «на вынос», здесь не удастся уютно устроиться с друзьями или посидеть с чашечкой кофе. Есть только вариант подняться на второй или третий этажи и заказать десерты с наценкой в30%.

Третий конкурент кофейня «Комод», находится по адресам: улица Костюкова, д. 69 и Театральный проезд, д.1, средний чек 350 рублей. Данное заведение пользуется большим спросом у жителей города по причине удобного расположения и широкого выбора кофейных напитков. Однако, десерты, которые продаются в кофейне, не изготавливаются организацией, а закупаются в замороженном виде. Подобные замороженные десерты можно приобрести на таких сайтах, как: <https://cheese-cake.ru/>, <https://donbake.ru/>, <http://dessert-fantasy.ru/>, <https://www.delikateska.ru/catalog/torty-i-pirozhnye> и прочие. Конечно для организации намного выгодней и удобней закупать готовую замороженную продукцию, которая может простоять в морозилке от 6 до 18 месяцев, ведь с пирожными и тортами ничего не случится. Но состав таких десертов, их качество и вкус ставятся под большой вопрос! Ведь никакая заморозка не сравнится со свежими десертами, приготовленными из высококачественных и натуральных продуктов.

Четвертый конкурент кофейня «Калипсо», находится по адресам: проспект Богдана Хмельницкого, д.79 и Народный бульвар, д.79а, средний чек 250. Данное заведение появилось одним из первых в нашем городе. Большой упор делается именно на кофе и кофейные напитки, к тому же, «Калипсо» имеет собственный производственный цех по обжарке кофейных зерен. Выбор десертов очень мал, зато все они изготавливаются непосредственно на производстве.

Одним из методов оценки конкурентоспособности предприятия является бальная оценка. При таком методе численно сравниваются показатели деятельности конкурентов. По конечной сумме баллов можно судить о положении предприятия [33, с.41]. Анализ конкурентоспособности предприятия по 5 бальной шкале, представлен в Приложении И.

Анализ полученных результатов из Приложения И показал, что максимальную оценку 47 баллов получило кофейня-кондитерская «TrendBakery». Из таблицы видно, что основными преимуществами

«TrendBakery» будут являться изготовлением кондитерских изделий по последним трендам, наличие карт постоянного покупателя.

Для того, чтобы понять сильные и слабые стороны производства, следует применить SWOT-анализ (таблицы 2.3.5).

Таблица 2.3.5 – SWOT-анализ для кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Внутренний фактор	
Потенциальные сильные стороны предприятия	Потенциальные слабые стороны предприятия
<ul style="list-style-type: none"> - удобное и выгодное месторасположение в городе; - индивидуальный поход к каждому клиенту; - качественная продукция; - уникальный продукт; - быстрое обслуживание; - средняя цена; - модный интерьер, создающий неповторимую атмосферу 	<ul style="list-style-type: none"> - нет опыта предпринимательской деятельности; - на начальном этапе небольшой ассортимент предлагаемой продукции; - возможность проведения неудачных акций и маркетинговых кампаний; - снижение качества работы персонала
Внешний фактор	
Потенциальные возможности для предприятия	Потенциальные угрозы для предприятия
<ul style="list-style-type: none"> - привлечение инвесторов, постоянных поставщиков; - возможность расширения деятельности, открытие новых точек по городу и в других городах; - взаимодействие со СМИ с целью повышения узнаваемости бренда 	<ul style="list-style-type: none"> - рост инфляции; - неблагоприятная налоговая политика; - высокая конкуренция на рынке; - повышение цен на продукты; - снижение покупательной способности населения

Анализ таблицы 2.3.5 показал, что сильными сторонами кофейни-кондитерской «TrendBakery» являются: выгодное месторасположение, качественная продукция и его уникальность, средняя цена. Одной из слабых сторон является отсутствие опыта предпринимательской деятельности, который будет в дальнейшем нарабатываться.

Исходя из проведенного SWOT-анализа, необходимо работать над снижением влияния внешних угроз и использованием благоприятных возможностей рынка.

При выборе места для кофейни-кондитерской «TrendBakery» был сделан акцент на близость расположения учебных заведений и торговых комплексов. Таким образом, кофейни-кондитерской «TrendBakery» располагается в оживленном районе, где проходит большой поток потенциальных потребителей.

Так же можно провести более узкую сегментацию потребителей:

- родители с детьми, могут воспользоваться услугами кофейни в любое время с 08.00 до 20.00 часов;
- школьники, основной поток клиентов из данной категории приходится примерно с 14.00 до 17.00, могут воспользоваться услугами кофейни после занятий;
- молодежь, основной поток клиентов из данной категории может воспользоваться услугами кофейни в любое время с 10.00 до 22.00;
- жители близлежащих домов, их посещаемость с 08.00 до 22.00;
- иная категория потребителей, которые просто пришли в кофейню-кондитерскую с друзьями, чтобы расслабиться и отвлечься от повседневных забот. Их посещаемость возрастает с 18.00 до 22.00.

В вечернее время в кофейню приходят люди из всех вышеперечисленных категорий. А случайный прохожий, желающий выпить чашечку кофе или чая с ароматной выпечкой или взять с собой, может заглянуть в кофейню-кондитерскую «TrendBakery» в любое время.

Для того чтобы охватить максимальное количество сегментов потребителей, необходимо поддерживать средний уровень цен, а также регулярно вводить специальные предложения.

Знание покупателей позволит нам определить требование тех или иных сегментов, которые мы можем обслужить. Знание конкурентов даёт нам возможность определить, потребности каких сегментов мы сможем

удовлетворить лучше, чем наши конкуренты. Знание потенциала рынка позволит наметить перспективы экономического успеха предприятия, который может быть достигнут при более эффективном, чем у конкурентов, обслуживании покупателей [6, с.23].

2.4 Организационный план проекта по открытию кофейни-кондитерской

Во время проектирования бизнес-плана для организаций общественного питания осуществляется ряд технологических расчетов: расчеты расхода продуктов, численности производственных рабочих, всех видов оборудования, разрабатывается производственная программа.

Для того, чтобы определить среднее количество потребителей в день, необходимо определиться с сегментом потребителей, которые будут посещать кофейню. К такому сегменту были отнесены молодые семьи с детьми, посещающие близлежащие детские сады (детские сады №1, №2, №12, № 33 и №42). И семьи, дети которых учатся в близлежащих школах (школы №35 и №48).

Однако, не все 100% семей воспитанников детских садов и учеников школ обладают платежеспособностью (от 10 000 до 30 000 рублей). Поэтому, от общего количества семей воспитанников/учеников будут отняты: неполные семьи, многодетные семьи и малообеспеченные семьи.

В детском саду №1 числятся 343 воспитанника, из данного количества 209 семей являются платежеспособными. В детском саду № 2 числятся 190 воспитанника, из данного количества 152 семьи являются платежеспособными. В детском саду № 12 числятся 195 воспитанника, из данного количества 142 семьи являются платежеспособными. В детском саду № 33 числятся 173 воспитанника, из данного количества 109 семей являются платежеспособными. В детском саду № 42 числятся 168 воспитанника, из данного количества 120 семей являются платежеспособными. В школе № 35

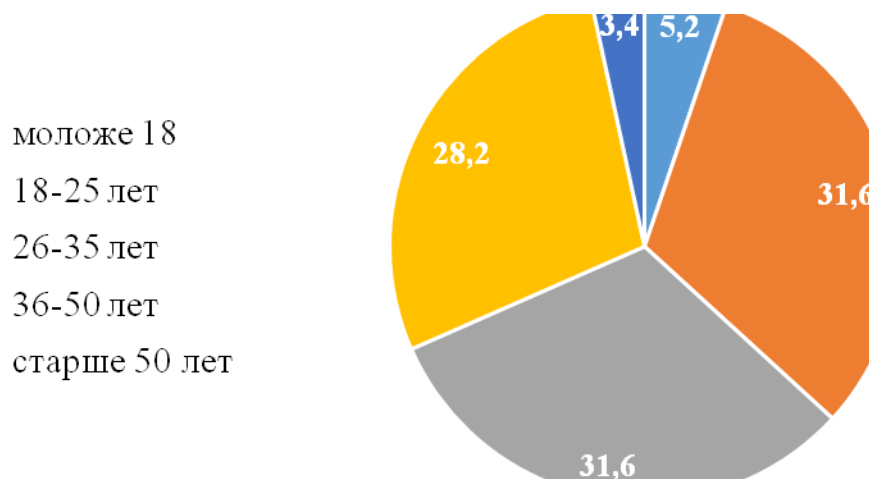
числятся 793 ученика, из данного количества 568 семей являются платежеспособными. В школе № 48 числятся 683 ученика, из данного количества 440 семей являются платежеспособными.

Данная информация была взята с официальных сайтов учреждений, раздел Документы - «Самообследование учреждения».

Из указанной информации, получается, что в районе кофейни-кондитерской «TrendBakery» проживает 1740 платежеспособных семей с детьми дошкольного и школьного возрастов с доходом от 10 000 до 30 000 рублей.

Допустим, что каждая семья хотя бы 1 раз в месяц посетит кофейню, следовательно, 1 740 семей следует поделить на 30 дней и мы получаем 58 посещений в день.

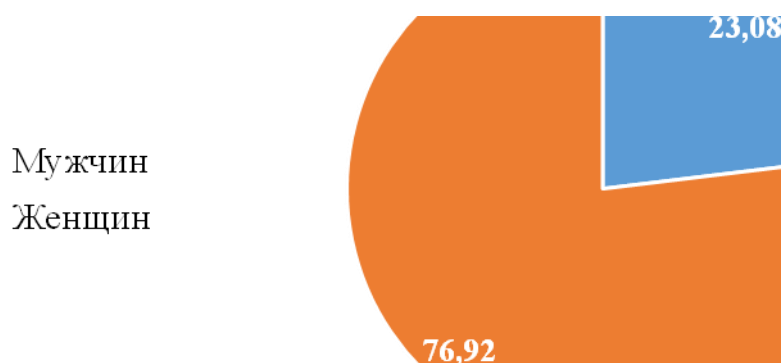
Для того, чтобы изучить готовность потенциальных потребителей посещать кофейню-кондитерскую «TrendBakery» была создана анкета Приложение К. При помощи которой было проанкетировано 117 респондентов. Полученные данные отображены в следующих диаграммах.



Рис

унок 2.4.6 – Возрастное распределение респондентов

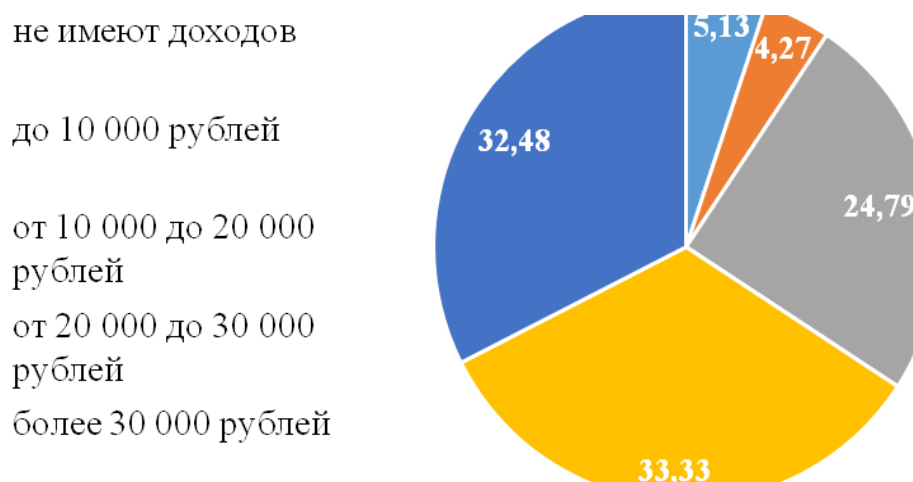
Из рисунка 2.4.6 видно, что основными возрастными группами анкетированных являлись респонденты в возрасте от 18 до 25 лет (37 человек) и от 26 до 35 лет (37 человек).



Рис

унок 2.4.7 – Половое распределение респондентов

Из рисунка 2.4.7 видно, что в опросе приняло большее участие респондентов женского пола (90 человек).



Рис

унок 2.4.8 – Уровень ежемесячного дохода респондентов

Из рисунка 2.4.8 видно, что уровень ежемесячного дохода респондентов в основном находится в промежутке от 20 000 до 30 000 рублей

(39 человек), на втором месте респонденты с уровнем ежемесячного дохода более 30 000 (38 человек).

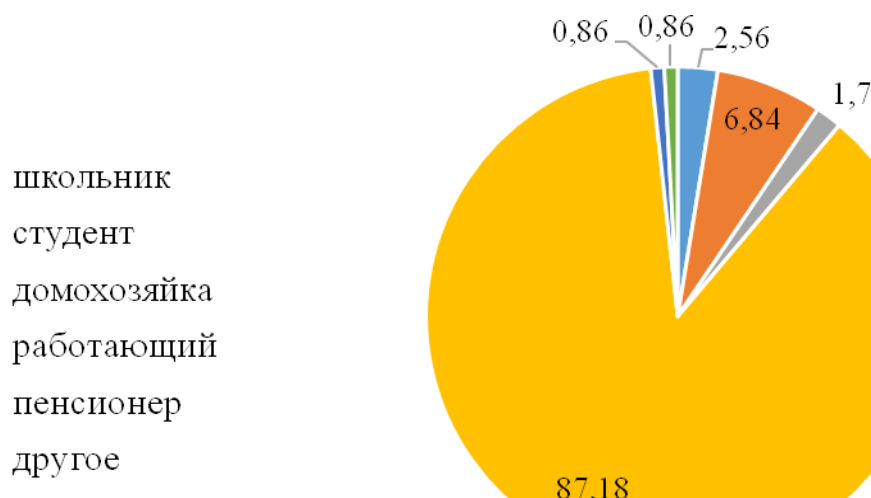


Рисунок 2.4.9 – Род деятельности респондентов

Более 80% опрошенных респондентов относятся к работающему населению, а точнее 102 человека.

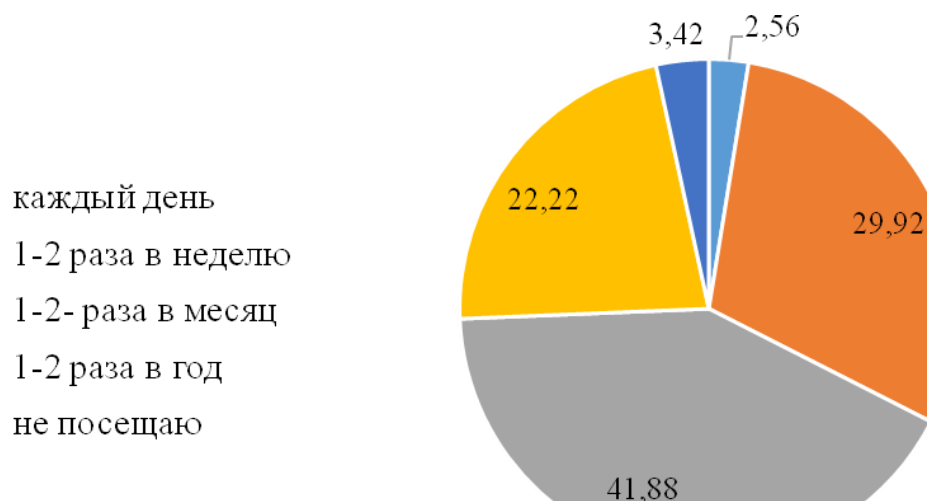
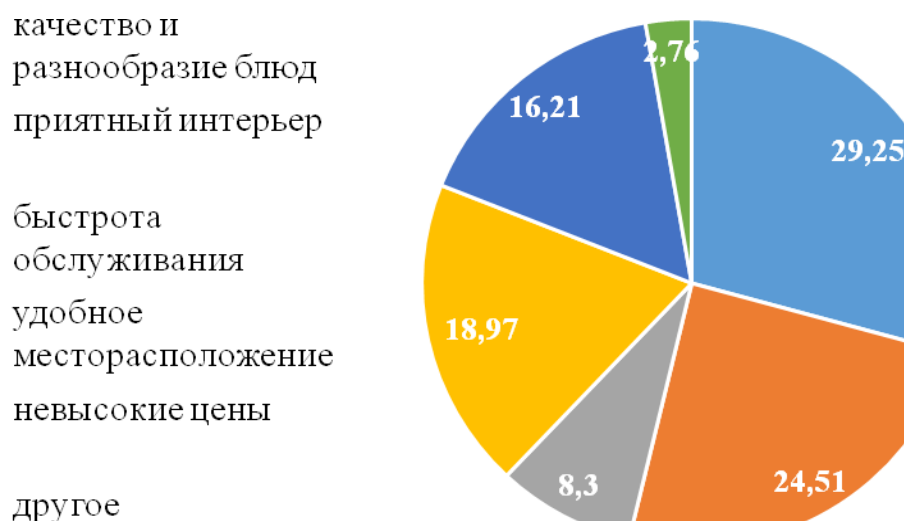


Рисунок 2.4.10 – Частота посещения кофеен респондентами

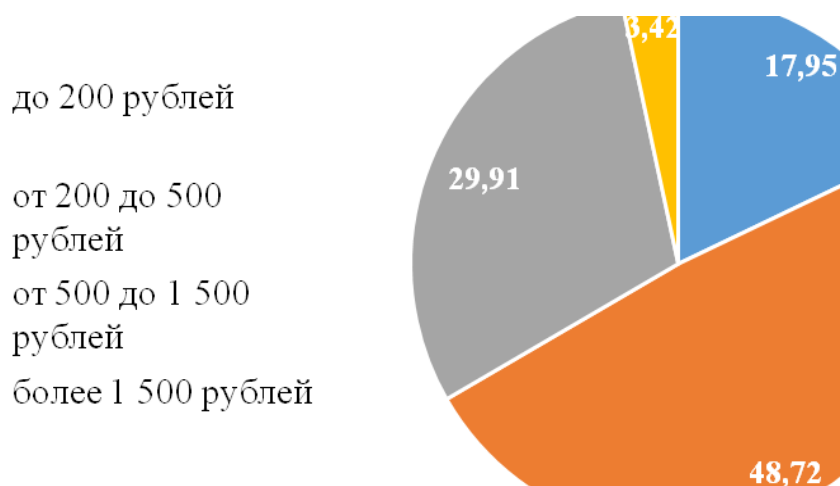
49 респондентов посещают кофейни 1-2 раза в месяц, а 35 анкетированных посещают кофейни 1-2 раза в неделю. Следовательно, из 117 опрошенных 84 человека точно посещают кофейни хотя бы 1 раз в месяц.



Рис

унок 2.4.11 – Параметры выбора кофеен респондентами

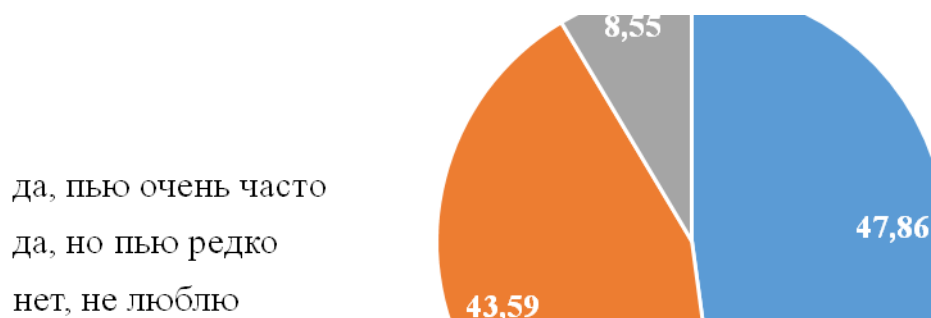
Из вышеуказанной диаграммы видно, что основными параметрами для выбора кофейни являются: качество и разнообразие блюда, а также приятный интерьер заведения.



Рис

унок 2.4.12 – Диапазон приемлемого среднего чека при посещении кофейни на одного человека

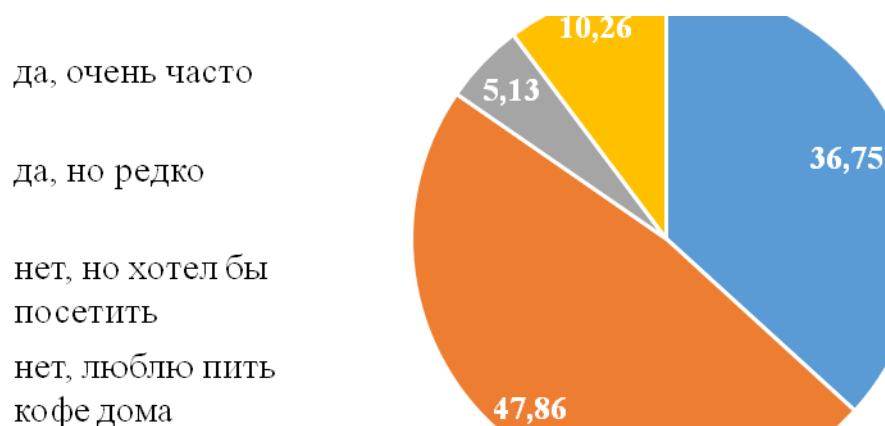
Для 57 респондентов диапазон приемлемого среднего чека в кофейне на одного человека попадает в значения от 200 до 500 рублей. И лишь 21 человек выбрали диапазон менее 200 рублей. Следовательно, для 96 человек средний чек в 300 рублей, который присущ кофейне-кондитерской «TrendBakery» будет являться доступным и допустимым.



Рис

унок 2.4.13 – Нравятся ли респондентам кофе/кофейные напитки

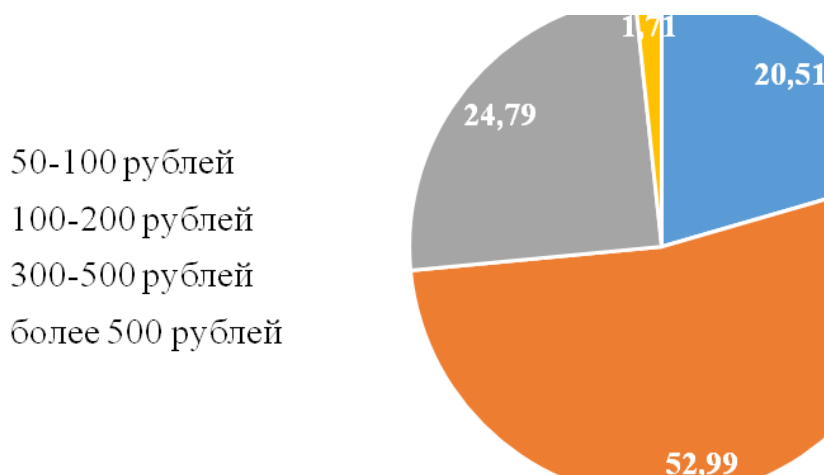
Из 117 респондентов лишь 10 человек не любят кофе/кофейные напитки. А 56 человек любят данный напитоком и пьют его очень часто.



Рис

унок 2.4.14 – Посещали ли респонденты кофейни ранее

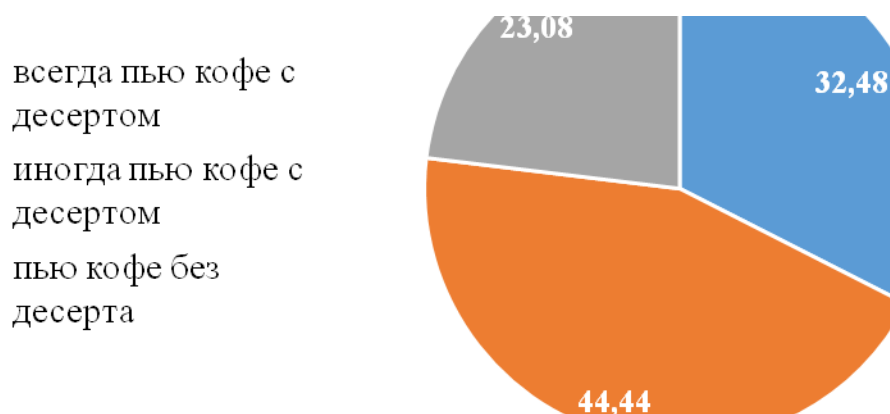
Из рисунка 2.4.14 видно, что 56 респондентов посещали кофейни, но редко. 43 – очень часто посещали данные заведения. 6 человек не посещали кофейни, но хотели бы посетить. И только 12 человек предпочитают пить кофе дома. Из этого можно сделать вывод, что 89% респондентов можно считать потенциальными клиентами кофеен.



Рис

унок 2.4.15 – Какая цена приемлема для респондентов при покупке кофе/кофейных напитков

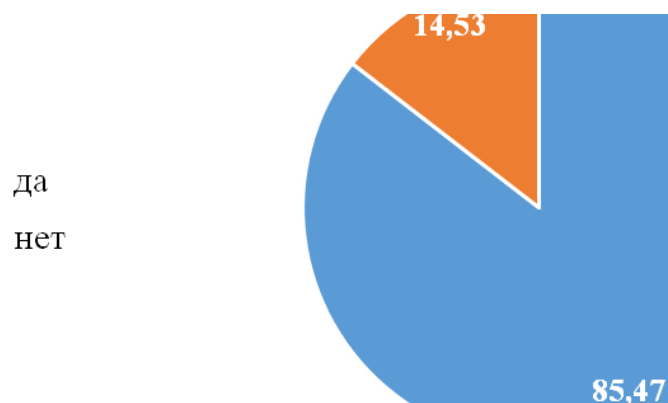
В кофейне-кондитерской «TrendBakery» кофе/кофейные напитки имеют цену от 50 и до 260 рублей. Количество респондентов с выбором ценовой категории от 50 до 100 рублей составляют 24 человека, остальные 93 респондента готовы платить от 100 рублей и выше.



Рис

унок 2.4.16 – Предпочитают ли респонденты пить кофе с десертом

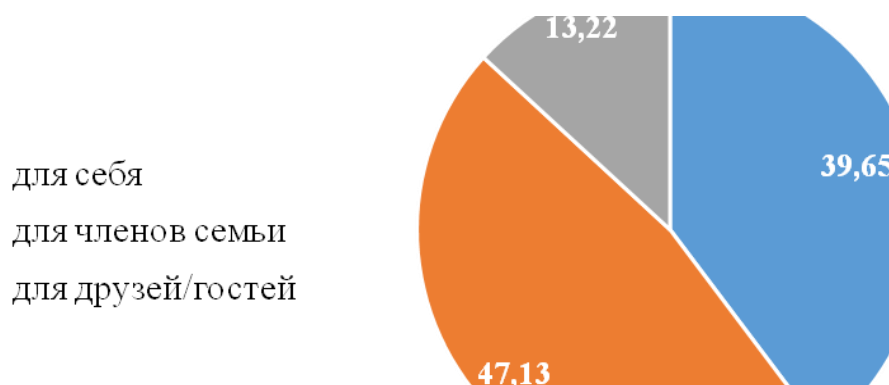
52 опрошенных иногда пьют кофе с кондитерскими изделиями, 38 всегда употребляют кофе и десерты вместе. И только 27 респондентов не употребляют кофе со сладкими изделиями.



Рисун

ок 2.4.17 – Покупают ли респонденты кондитерские изделия независимо от покупки кофе/кофейных напитков

100 человек покупают кондитерские изделия независимо от покупки кофе и прочих напитков. Это является практически абсолютным большинством.



Рис

унок 2.4.18 – Для кого обычно респонденты покупают кондитерские изделия

В основном, респонденты покупают кондитерские изделия для членов семьи, реже для себя.

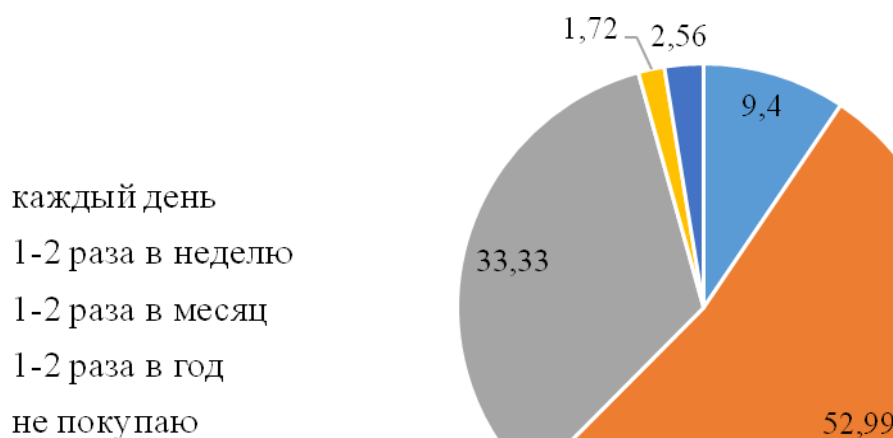
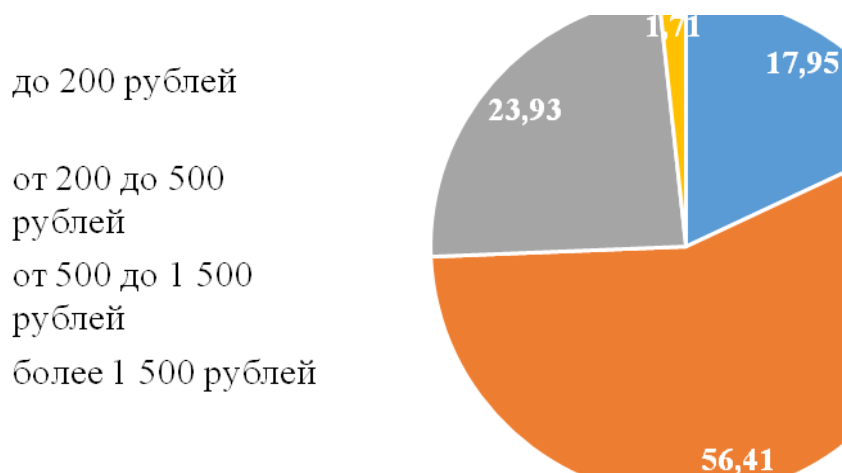


Рисунок 2.4.19 – Как часто респонденты покупают кондитерские изделия

62 респондента покупают кондитерские изделия хотя бы 1-2 раза в неделю, 11 респондентов покупают сладости каждый день и 39 человек покупают десерты 1-2 раза в месяц.



Рис

унок 2.4.20 – Диапазон приемлемого среднего чека при посещении кондитерской на одного человека

В кофейне-кондитерской «TrendBakery» десерты имеют цену от 50 до 290 рублей, и абсолютно любой посетитель найдет десерт с приемлемой для него ценой. Основная доля респондентов выбрали диапазон от 200 до 500 рублей (66 человек), а для 28 человек приемлемым кажется диапазон от 500 до 1500 рублей.

Обобщив данные, полученные с помощью анкетирования, можно сделать вывод, что среди опрошенных есть потенциальные посетители кофейни-кондитерской «TrendBakery», так как она соответствует основным параметрам выбора кофейни. К тому же, «TrendBakery» имеет среднюю ценовую политику, которая устраивает большинство респондентов.

Помимо этого, в кофейне-кондитерской «TrendBakery» возможна покупка кондитерских изделий «на вынос», это станет дополнительным преимуществом, поскольку многие респонденты покупают десерты для членов семьи, а также для друзей и гостей.

Определение количества блюд.

Основываясь на полученные данные, далее определяем примерное количество выпускаемых и реализуемых кофейней-кондитерской изделий и покупных товаров за день.

Для предприятий со свободным выбором блюд расчет количества порций производится по формуле:

$$n_d = N_d * m \quad (1)$$

где n_d – количество блюд, выпускаемых за день;

N_d – количество посетителей за день;

m – коэффициент потребления блюд.

Коэффициент потребления блюд выбирается в соответствии с типом предприятия Приложение Л.

Так для «TrendBakery» он составит $m = 2$, количество блюд, выпускаемых за день составит:

$$n_d = 58 * 2 = 116 \text{ порций}$$

Далее необходимо определить количество блюд каждого наименования по процентной разбивке. Данная информация указана в Приложении М.

Анализ полученных результатов из Приложения М показал примерный расчет количества блюд каждого наименования на один день (план-меню) для кофейни-кондитерской «TrendBakery», который составил 116 порций, в том числе мучных кондитерских изделий – 46, гранулированное мороженное – 24 и напитков – 46.

Средний чек будет равен 300 рублей (выручка за день/количество посетителей в день).

$$17\,511,00 : 58 = 301,91 \text{ рубль}$$

План производства и реализации продукции в натуральном выражении для кофейни-кондитерской «TrendBakery» на 2019 год представлен в Приложении Н.

Из Приложения Н видно, что каждый квартал количество порций одной позиции увеличивается на 20 штук. За год будет продано 21 360 штук продукции.

Подборка необходимого оборудования для кофейни-кондитерской «TrendBakery» представлена в Приложении П.

Анализ Приложения П показал, что для кофейни-кондитерской «TrendBakery» затраты на покупку оборудования для кондитерского цеха, оборудования для бара, дизайна зала и его обустройство составят 1 854 251 рубль.

Так как оборудование в кондитерском цеху относится к 5 группе основных средств, (14 2925403 - оборудование для кондитерской промышленности), срок полезного использования составляет от 7 до 10 лет, возьмем в пример 9 лет. Исходя из этого рассчитаем амортизацию по формуле.

$$K = 100\% : 9 \text{ (2)}$$

где К – годовая норма амортизации

Получаем:

$$K = 11.11\%$$

Годовая амортизация находится по формуле:

$$A_{\text{годовая}} = \text{ПС} * K / 100\% \text{ (3)}$$

где ПС – первоначальная стоимость основных средств

$$A_{\text{годовая}} = 792\,430 * 11,11\% / 100\%;$$

$$A_{\text{годовая}} = 88\,039 \text{ рублей}$$

$$A_{\text{месячная}} = 88\,039 / 12;$$

$$A_{\text{месячная}} = 7\,337 \text{ рублей (таблица 2.4.6)}$$

Таблица 2.4.6 - Амортизация оборудования кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Оборудование	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итог за 1 год	Итог за 2 год	Итог за 3 год
Производственное оборудование	7 337	7 337	7 337	7 337	7 337	7 337	7 337	7 337	7 337	7 337	7 337	7 337	88 039	88 039	88 039

Управление предприятием будет осуществляться руководителем

Иткиной В.М. Полномочия и функциональные обязанности определяются соответствующими внутренними положениями и инструкциями предприятия.

Работу кондитерской должен обеспечить штат из 3 кондитеров, 1 бухгалтера, 2 бариста, 2 официантов и 1 уборщицы.

На основе данных составляется штатное расписание и определяется заработная плата каждого работника в месяц (таблица 2.4.7).

Таблица 2.4.7 – Штатное расписание кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Должность	Количество	Зарботная плата одного сотрудника, руб. в месяц	Зарботная плата всех сотрудников, руб. в месяц
1	2	3	4
Директор	1	18 000	18 000

Продолжение таблицы 2.4.7

1	2	3	4
Кондитер	3	17 000	51 000
Бухгалтер-кассир	1	16 000	16 000
Бариста-официант	4	14 000	56 000
Уборщик производственных помещений	1	11 000	11 000
Итого	10	76 000	152 000

Из таблицы 2.4.7 видно, что для работы в кофейне-кондитерской «TrendBakery» будет принято 10 человек. Общий фонд заработной платы в месяц, без отчислений, составит 152 000 рублей.

Расчет отчислений от заработной платы для наемных рабочих определяется по формуле [16, с.332]:

$$O = A * 30,4\% : 100\% \quad (4)$$

где O – отчислений от заработной платы (ПФР = 22%, ФСС = 2,9 %
ФФОМС = 5,1 %, ФСС НС = 0,4%), %;

A – заработная плата, руб.

Расчет общей суммы платежей в месяц на одного работника определяется по формуле:

$$OC = A + O \quad (5)$$

где OC – общая сумма платежей в месяц на 1 работника, руб.

Расчет затрат в год на работников определяется по формуле:

$$З = OC * 12 \text{мес} \quad (6)$$

Директор:

$$O = 18\,000 * 30,4\% : 100\%, O = 5\,472 \text{ рублей.}$$

$$OC = 18\,000 + 5\,472; OC = 23\,472 \text{ рублей.}$$

$$З = 23\,472 * 12; З = 281\,664 \text{ рублей.}$$

Кодитер:

$$O = 17\,000 * 30,4\% : 100\%, O = 5\,168 \text{ рублей.}$$

$$OC = 17\,000 + 5\,168; OC = 22\,168 \text{ рублей.}$$

$$З = 22\,168 * 12 * 3; З = 798\,048 \text{ рублей.}$$

Бухгалтер-кассир:

$$O = 16\,000 * 30,4\% : 100\%, O = 4\,864 \text{ рублей.}$$

$$OC = 16\,000 + 4\,864; OC = 20\,864 \text{ рублей.}$$

$$З = 20\,864 * 12; З = 250\,368 \text{ рублей.}$$

Бариста-официант:

$$O = 14\,000 * 30,4\% : 100\%, O = 4\,256 \text{ рублей.}$$

$$OC = 14\,000 + 4\,256; OC = 18\,256 \text{ рублей.}$$

$$З = 18\,256 * 12 * 4; З = 876\,288 \text{ рублей.}$$

Уборщица:

$$O = 11\,000 * 30,4\% : 100\%, O = 3\,344 \text{ рублей.}$$

$$OC = 11\,000 + 3\,344; OC = 14\,344 \text{ рублей.}$$

$$З = 14\,344 * 12; З = 172\,128 \text{ рублей.}$$

Таблица 2.4.8 – Расчет заработной платы и отчислений для наемных работников

Персонал	Кол-во рабочих мест	Оклад одного работника в	Отчисления от заработной	Общая сумма платежей в	Затраты в год на работников, руб. (З)
----------	---------------------	--------------------------	--------------------------	------------------------	---------------------------------------

		месяц, руб. (А)	платы, руб. 30,4% (О)	месяц на 1 работника, руб. (ОС)	
Директор	1	18 000	5 472	23 472	281 664
Кондитер	3	17 000	5 168	22 168	798 048
Бухгалтер- кассир	1	16 000	4 864	20 864	250 368
Бариста- официант	4	14 000	3 952	16 952	876 288
Уборщик производ-ых помещений	1	11 000	3 344	14 344	172 128
Итого	10	76 000	22 800	97 800	2 378 496

Из таблицы 2.4.8 видно, что в год на заработную плату сотрудников будет тратиться 2 378 496 рублей.

Немаловажную часть в создании проекта играет реклама. Реклама о новых акциях/десертах будет распространяться в кофейне-кондитерской «TrendBakery» через Интернет путем публикации информации на страничке в социальной сети «Facebook», «В контакте» и «Instagram». На сегодня такая реклама наиболее актуальна и ее цели направлены на:

- поддержание коммуникации со своими клиентами;
- создание on-line клиентской базы;
- повышении узнаваемости производимых товаров и услуг.

Кончено, самой лучшей рекламой для кофейни-кондитерской «TrendBakery» будет – сарафанное радио. Довольные посетители с большой долей вероятности поделятся информацией о заведении со своими друзьями или, например, выложат фотографии в социальные сети.

Упаковка изделий в «TrendBakery» будет осуществляться под брендом кофейни.



Рисунок 2.4.21 – Логотип кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Так же, будут предоставляться подарочные сертификаты на суммы 300, 500, 1000 рублей. Для именинников будет действовать скидка 10%(при предъявлении паспорта). При покупке изделий свыше 500 рублей потребителю будет вручена карта постоянного покупателя со скидкой 5%.

Возле барной стойки будут находиться рекламные листы с подробным описанием каждого изделия (которые можно будет взять с собой).

Будет действовать самая популярная акция, которая проводится во многих заведениях – акция «Шестой лимонад/смузи в подарок». Суть акции: при покупке 5 стаканчиков лимонада/смузи, шестой – достается в подарок. Цель акции: сделать клиента постоянным покупателем. Срок проведения акции не ограничен. Организация сбыта в «TrendBakery»будет проходить непосредственно в самой кофейне-кондитерской.

Перед открытием кофейни-кондитерской «TrendBakery»в городе Белгороде будут проведены мероприятия, которые направлены на привлечение потенциальных потребителей. За месяц до открытия во всех аккаунтах кофейни-кондитерской «TrendBakery» будет размещена информация, где подробно будет описано место и время открытия

кондитерской. Так же будет запущена реклама на радио, в газетах и осуществлена раздача листовок.

Таблица 2.4.9 – Маркетинговый план для открытия кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Мероприятия	Стоимость одного заказа, руб.	Количество заказов	Затраты 1 месяца руб.
1	2	3	4
Размещение рекламы в Интернете: «Facebook», «В контакте», «Instagram»	бесплатно	бесплатно	бесплатно
Размещение рекламы на радио (Energy) 15 секунд	392	5 дней (20 выходов)	7 840
Размещение рекламы в журнале «Выбирай»	3 500	15 дней (1 выход)	3 500
Печать цветных листовок формата А6	1,60	1 000 штук	1 600
Печать цветных визиток	1,65	1 000 штук	1 650

Продолжение таблицы 2.4.9

1	2	3	4
Печать карт постоянного покупателя	4,50	300 штук	1 350
Печать меню кофейни-кондитерской	750	15	11 250
Изготовление вывески кофейни-кондитерской «TrendBakery»	15 000	1	15 000
Итого			42 190

Из таблицы 2.4.9 видно, что на начальном этапе потребуется 42 190 рублей на развитие маркетинга. Однако, в последующие месяца эту сумму можно уменьшить до 15 000 рублей, но не прекращать размещать рекламу и распространять рекламную продукцию.

2.5 Финансовый план и оценка рисков проекта

Финансовое планирование – это планирование всех денежных потоков, доходов и расходов предприятия для обеспечения его развития. Цель финансового планирования – увязка доходов с необходимыми расходами, сбалансированное движение финансовых ресурсов предприятия, оптимальное сочетание прибыльности и ликвидности компании [30, с.128].

Каждое предприятие общественного питания устанавливает наценку на продукцию собственного производства и покупных товаров. Наценка выражается в процентах к покупной цене для покрытия издержек, чтобы получить прибыль.

Что бы рассчитать затраты на аренду помещения, следует составить таблицу.

Таблица 2.5.10 – Расчет аренды, коммунальных платежей и интернета в кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Виды затрат	Затраты в месяц, руб.	Затраты в год, руб.
Арендная плата (130 м ²)	90 000	1 080 000
Коммунальные платежи	17 000	204 000
Интернет	1 800	21 600
Итого	108 800	1 305 600

Анализируя таблицу 2.5.10 можно сделать вывод, что плата за аренду, коммунальные платежи и Интернет составит 1 320 600 рублей в год.

Далее следует рассмотреть постоянные и переменные издержки кофейни-кондитерской «TrendBakery» (таблица 2.5.11).

Таблица 2.5.11 - Постоянные и переменные затраты кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Переменные		Постоянные	
Вид затрат	Сумма (руб/мес)	Вид затрат	Сумма (руб/мес)
1. Покупка сырья	150 000	1.Аренда помещения, оплата коммунальных услуг и Интернета	108 800
2. Обслуживание и ремонт оборудования	10 000	2.Заработная плата	192 992
Итого	160 000	Итого	301 792
Итого переменные и постоянные затраты равны: 467 008 рублей			

Обобщив выше полученные результаты, получаем таблицу 2.5.12

Таблица 2.5.12 - Инвестиции по проекту

Статьи затрат	Всего, руб. (за первый месяц)
1	2
Затраты начального периода	1 854 251
Закупка сырья	150 000
Аренда, коммунальные платежи, Интернет	108 800

Продолжение таблицы 2.5.12

1	2
Маркетинговые мероприятия	42 190
Итого	2 155 241

Анализируя таблицу 2.5.12 можно сделать вывод, что инвестиции по проекту составят 2 155 241 рубль. На основании всех полученных данных составляется план прибыли и убытков кофейни-кондитерской «TrendBakery», который представлен в ПриложенииР.

Расчёты указаны при среднем чеке равному 300 рублям и при посещении в среднем 58 гостей в день.

Для экономической оценки реализуемости бизнес-идеи необходимо рассчитать следующие показатели.

Рентабельность проекта – это относительный показатель экономической эффективности, который указывает на процентное отношение

суммы прибыли к одному из показателей и отражает взаимосвязь прибыли с другими показателями [25, с.212].

Рентабельность кофейни-кондитерской «TrendBakery» рассчитывается по формуле.

$$P = \text{ЧП} / \text{В} * 100\% \quad (7)$$

где P – рентабельность, %;

ЧП – чистая прибыль, руб.;

В – выручка, руб.

Рентабельность в первый год работы составит = $940\,972,95 / 9\,699\,948 * 100\% = 9,7\%$;

Рентабельность во второй год работы составит = $4\,601\,802,25 / 13\,504\,258 * 100\% = 34\%$;

Рентабельность в третий год работы составит = $4\,760\,205,70 / 13\,774\,343 * 100\% = 34,5\%$.

Анализируя Приложение Р можно сделать вывод, что данный проект окупиться через 10 месяцев. Рентабельность в первый год работы кофейни-кондитерской «TrendBakery» составит 9,7 %. Заведения с коэффициентом рентабельности в пределах от 5 до 20% считаются среднерентабельными. Что является хорошим показателем для первого года работы организации. Более положительную динамику можно наблюдать на втором году, когда коэффициент рентабельности составит 34% - это уже можно отнести к сверхрентабельности.

Итоговая финансовая характеристика проекта по открытию кофейни-кондитерской «TrendBakery» представлена в таблице 2.5.13.

Таблица 2.5.13 – Финансовые характеристики проекта

Показатели	Единица измерения	Размер
Стоимость проекта	рублей	2 155 241
Срок окупаемости	месяцев	10

Выручка за первый год	рублей	9 699 948
Чистая прибыль за первый год	рублей	940 972,95
Выручка за второй год	рублей	13 504 258
Чистая прибыль за второй год	рублей	4 601 802,25
Выручка за третий год	рублей	13 774 343
Чистая прибыль за третий год	рублей	4 760205,7

Безубыточная работа предприятия зависит от множества факторов, в том числе от выбора оптимального объёма производства и целесообразных темпов развития предприятия. Для анализа безубыточности необходимо определить точку безубыточности (самоокупаемости) предприятия [27, с.46].

Точка безубыточности – это такой объём реализации, при котором полученные доходы перекрывают все затраты, но при этом не дают предприятию возможности получать прибыль.

Для расчёта показателей точки безубыточности на один год помещаем все сведения для расчета в таблицу 2.5.14

Средние переменные издержки определяются по формуле [28, с.176]:

$$СПерИ = ПерИ / V_{реал} \quad (8)$$

где СПерИ – средние переменные издержки, руб.;

ПерИ – суммарные переменные издержки, включая стоимость сырья и материалов руб.;

V_{реал} – суммарный объём реализации, шт.

Таблица 2.5.14 – Исходные данные для расчёта точки безубыточности на один год

Показатели	В рублях
Выручка от реализации продукции	9 699 948
Суммарные переменные издержки, включая стоимость сырья и материалов	5 341 836

Суммарные постоянные издержки	1 396 834
Суммарный объем реализации, шт.	21 360
Средняя цена единицы продукции	454
Средние переменные издержки	250

К переменным издержкам кофейни-кондитерской «TrendBakery» относятся: заработная плата наемных работников, коммунальные платежи и непредвиденные расходы.

Переменные затраты = 2 315 904 + 204 000 + 60 000.

Они составят -2 579 904 рублей.

К переменным издержкам добавим стоимость сырья.

Переменные затраты и расходы на сырье = 2 579 904 + 2 761 932.

Они составят -5 341 836 рублей.

К постоянным издержкам кофейни-кондитерской «TrendBakery» относятся: амортизационные отчисления, расходы на рекламу, интернет и аренду помещения.

Постоянные затраты = 88 044 + 207 190 + 1 101 600.

Они составят - 1 396 834 рублей.

Суммарный объем реализации продукции в штуках указан в Приложении Н.

Средняя цена единицы продукции находится при помощи деления выручки за год на количество произведенных изделий в год.

Средняя цена = 9 699 948 / 21 360.

Она составит -454 рубля.

Средние переменные издержки на единицу продукции находят при помощи деления суммы переменных издержек и стоимости сырья на количество произведенных изделий в год.

Средние переменные издержки на единицу продукции = 5 341 836 / 21 360.

Они составят-250 рублей.

Таким образом, были произведены необходимые расчеты для построения точки безубыточности.

Точка безубыточности характеризуется следующими показателями:

– критический объем реализации– это минимальный объем продукции, при котором доходы от реализации продукта в точности покрывают расходы на ее производство и реализацию, обеспечивая тем самым нулевую прибыль.

Рассчитывается по формуле:

Критический объем реализации, шт. = Суммарные постоянные издержки, руб. / (Среднюю цену единицы продукции, руб. – Средние переменные издержки на единицу продукции, руб.)

Критический объем реализации = $1\,396\,834 / (454 - 250) = 6\,847$ штук.

– порог рентабельности– это совокупность реализованной продукции, которая покрывает все затраты на ее производство без получения прибыли с продаж. Рассчитывается по формуле:

Порог рентабельности, руб. = Критический объем реализации, шт. * Среднюю цену единицы продукции, руб.

Порог рентабельности = $6\,847 * 454 = 3\,108\,538$ рублей.

–запас финансовой прочности– это показатель финансовой устойчивости предприятия, который определяет до какого уровня предприятие может уменьшить свое производство, не неся при этом убытков. Рассчитывается по формуле:

Запас финансовой прочности, руб. = Выручка от реализации, руб. – Порог рентабельности, руб.

Запас финансовой прочности = $9\,699\,948 - 3\,108\,538 = 6\,591\,410$ рублей.

– маржа безопасности- разница между плановым объемом продаж и объемом продаж в точке безубыточности. Рассчитывается по формуле:

Маржа безопасности, шт. = Суммарный объем реализации, шт. – Критический объем реализации, шт.

Маржа безопасности = $21\,360 - 6\,847 = 14\,513$ штук.

Таким образом, при объеме реализации 6 847 порций и выручке от реализации 3 108 538 рублей предприятие возмещает все затраты и расходы полученными доходами, при этом прибыль предприятия равна нулю.

Запас финансовой прочности при этом составляет 6 591 410 рублей, маржа безопасности 14 513 порций. На основании полученных данных строится график точки безубыточности, который представлен в Приложении С.

2.6 Анализ возможных рисков проекта

Как бы точно ни рассчитывал предприниматель предстоящие изменения рыночной среды, невозможно абсолютно верно предугадать то, что случится в будущем. Во всем мире постоянно происходят изменения. Поэтому одной из первостепенных задач любого руководителя является максимальное сохранение предприятия от воздействия рисков. Чтобы выполнить эту задачу, необходимо знать всю информацию о рисках, окружающих бизнес.

Риски для кофейни:

- риск изменение законодательства: юридическое сопровождение предприятия;
- риск роста конкуренции: предлагать своим постоянным клиентам скидки, акции, бонусы;
- риск роста аренды, себестоимости продукции: заключать долгосрочные договоры на аренду помещения и поставку сырья;
- риск задержки поставок: заключение договоров с поставщиками;
- технологические риски: сотрудничество со специалистами по оборудованию в данной области;

- риск уменьшения числа посетителей в сравнении с планируемым: расширение маркетинговой стратегии, увеличение предлагаемого ассортимента продукции;
- финансовый риск: разработка финансовой стратегии, целью которой является попадание в зону прибыльного функционирования организации.

Заключение

В результате анализа теоретических основ бизнес-планирования, можно сделать вывод, что бизнес-план – это документ, который описывает все основные аспекты будущего предприятия.

Основными задачами в бизнес-плане являются:

- четко сформулированные обоснования экономической целесообразности и путей формирования компании;
- расчет прогнозируемых экономических итогов работы, в первую очередь объемов продаж, прибыли, доходов на капитал;
- определение намечаемого источника финансирования осуществление избранной стратегии, т.е. метод концентрации финансовых ресурсов;
- подбор сотрудников, для осуществления данного плана;
- выбор состава и определение показателей товаров и услуг, которые будут предлагаться организацией;
- определение состава маркетинговых мероприятий фирмы (реклама, стимулирование продаж, ценообразование, каналы сбыта и т.п.);

- выявление проблемы, которые могут помешать выполнению бизнес-плана.

Основной целью при создании кофейни-кондитерской являлось организовать уютное пространство для отдыха потребителей. Концепция кофейни-кондитерской соответствует последним тенденциям. Современное оформление зала в эко-стиле, использование натуральных и свежих продуктов, приготовление кондитерских изделий по собственным рецептам с использованием последних технологий и продажа нового товара в городе Белгород – гранулированного мороженого.

Еще одной из особенностей «Trend Bakery» будут десерты для вегетарианцев, которые составляют 20% от общего меню. Это будет являться конкурентным преимуществом для создания данного бизнеса.

Анализ рынка конкурентов показал, что в настоящее время на территории города Белгорода существует большое количество предприятий общественного питания, которые реализуют хлебобулочные и мучные кондитерские изделия.

Главными конкурентами является три заведения – это кафе-пекарня «Бонифаций», кофейня «Комод» и кофейня «Калипсо». Однако создаваемого предприятия есть преимущества перед конкурентом в ценовой политике, изготовлению индивидуальных десертов на заказ, возможности предоставлять скидки клиентам, а также планируется проведение хорошей рекламной компании.

Выручка в первый год работы в кофейни-кондитерской «Trend Bakery» составит 9 699 948 рублей, чистая прибыль – 940 972,95 рублей.

Выручка за второй год работы составит 13 504 258 рублей, чистая прибыль – 4 601 802,25 рублей.

Выручка за третий год работы составит 13 774 343 рублей, чистая прибыль – 4 760 205,70 рублей.

Источником финансирования проекта являются собственные средства в размере 2 200 000 рублей.

Полная стоимость реализация проекта составит 2 155 241 рублей.

Срок окупаемости – 10 месяцев.

В результате реализации данного проекта в первый год работы предполагается достичь рентабельности 9,7%, во второй 34%, в третий 34,5%.

В результате дальнейшей деятельности кофейни-кондитерской «Trend Bakery», будут реализовываться мероприятия по повышению посещаемости кофейни, что будет способствовать дальнейшему успешному развитию в сфере данного бизнеса. Так же будет расширяться ассортимент блюд, улучшаться качество обслуживания, что приведет к привлечению новых клиентов.

В кофейни-кондитерской будут соблюдены все меры по обеспечению безопасности жизнедеятельности на предприятии и охраны окружающей среды в соответствии с законодательством РФ.

В заключении можно сказать, что поставленные задачи выполнены, цель достигнута. Считаю разработанный бизнес-план по открытию кофейни-кондитерской «Trend Bakery» в городе Белгороде экономически выгодным и целесообразным.

Список литературы

1. Акуленок, Д.Н. Бизнес-план фирмы. Комментарий методики составления[Текст]:научное издание/ Д.Н. Акуленок, В.П. Буров, В.А. Морошкин.– Москва: Гном-Пресс, 2013. –234 с.
2. Бизнес-план. Методические материалы [Текст]/под. ред. Р.Г. Малиновского. – Москва: Финансы и статистика, 2016. –256 с.
3. Байкалова, А.И. Бизнес-планирование[Текст] / А.И. Байкалова. – Томск: ТГУ, 2014. –53с.
4. Баранов, В.А. Бизнес-планирование [Текст] /В. А. Баранов. – Москва: Форум, 2014. –272 с.
5. Близкий, Р.С. Бизнес-планирование [Текст]/ Р.С. Близкий, И.А.Бедрачук, Ю.С. Лебединская.– Владивосток: ВГУЭС, 2015. –151 с.
6. Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика[Текст]/ В.П. Буров. – Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 192 с.
7. Богомолова, В.А. Бизнес-планирование[Текст]/ В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили. –Москва: МГУП им. Ивана Федорова, 2014. – 250 с.

8. Википедии – свободной энциклопедии – город Белгород[Электронный ресурс] /wikipedia.org. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Белгород#%D0%9D%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5>.
9. Волков, А.С. Бизнес-планирование[Текст] / А.С. Волков. – Москва: ИЦ РИОР, ИНФРА-М, 2015. – 81 с.
10. Гарнов, А.П. Экономика предприятия: современное бизнес-планирование [Текст]/ А.П. Гарнов. – Москва: ДиС, 2014. – 272 с.
11. Головань, С. И. Бизнес-планирование [Текст]/ С. И. Головань. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 320 с.
12. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов [Текст]/ В.Л. Горбунов. – Москва: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 248 с.
13. Горемыкин, В.А. Бизнес-план: Методика разработки. 25 реальных образцов бизнес-плана [Текст]/ В.А. Горемыкин. – Москва: Ось-89, 2014. – 592 с.
14. Горохов, Н.Ю. Бизнес-планирование и инвестиционный анализ [Текст]/ Н.Ю. Горохов, В.В. Малев. – Москва: Филинь, 2017 –202 с.
15. Джакубова, Т.Н. Бизнес-план: расчеты по шагам [Текст]/ Т.Н. Джакубова. – Москва: Финансы и статистика, 2014. –96 с.
16. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии [Текст] / И.А. Дубровин. – Москва: Дашков и К, 2016. – 432 с.
17. Ефремов, В.С. Стратегия бизнеса: Концепции и методы планирования [Текст]/ В. С. Ефремов. – Москва: Финпресс, 2015. –191 с
18. Заливанский, Б.В. Белгород. Путеводитель по городу[Электронный ресурс] / Б.В. Заливанский // beladm.ru -Режим доступа: http://www.beladm.ru/media/publication_backbone_media/2017/8/29/putevoditel-za-2016-god.pdf
19. Золотухин, О.И. Бизнес-планирование[Текст]/ О.И. Золотухин. – Санкт-Петербург: ГУАП, 2014. –84 с.

20. Карамов, О.Г. Бизнес-планирование [Текст]/ О.Г.Карамов. – Москва: ЕАОИ, 2017. –126 с.
21. Кильдеева, Р.А. Составление бизнес-плана предприятия. Теория и практика планирование [Текст] /Р.А.Кильдеева. – Петропавловск-Камчатский: КамчатГТУ, 2015 –150 с.
22. КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка [Электронный ресурс] / consultant.ru. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
23. Крутякова, Ю.А. Бизнес-планирование [Текст] /Ю.А Крутякова, С.Р. Юсупова– Москва: Проспект, 2016. –352с.
24. Лапушта, М.Г. Предпринимательство [Текст]/ М.Г. Лапушта, А.Г. Поршневу, Ю.Л. Старостин – Москва: 2015. –446 с.
25. Лопарева, А.М. Бизнес-планирование [Текст] / А.М. Лопарева. – Москва: Форум, 2014. –176 с.
26. Лосев, В.А. Как составить бизнес-план. Практическое руководство с примерами готовых бизнес-планов для разных отраслей [Текст]/ В.А. Лосев, К.Н. Петров. –Москва: Вильямс, 2015. –368 с.
27. Макаревич, Л. М. Бизнес-планирование для малого предприятия [Текст] / Л. М. Макаревич – Москва: Вершина, 2015. –164с.
28. Методические рекомендации к выполнению дипломной работы для специальности 260502 «Технология продукции общественного питания»[Текст] –Юрга: Изд-во Юргинский технологический колледж, 2015. – 72 с.
29. Морошкин, В.А. Бизнес-планирование[Текст] / В.А. Морошкин. – Москва: Форум, 2013. –256 с.
30. Общественное питание. Сайт органов местного самоуправления города Белгорода [Электронный ресурс] / Режим доступа - <http://www.beladm.ru/deyatelnost/ekonomika/predprinimatelstvo/obshestvennoe-pitanie/>
31. Орлова, П.И. Бизнес-планирование [Текст] / П.И. Орлова – Москва: ИТК «Дашков и К0», 2016. – 288 с.

32. Петров, К.Н. Как разработать бизнес-план. Практическое пособие с примерами и шаблонами [Текст] /К.Н.Петров – Москва: ООО "И.Д. Вильяме", 2017. –336 с.
33. Петухов, О.Н. Бизнес-планирование на предприятии [Текст]/О.Н. Петухов. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2017. – 25 с.
34. Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект [Текст]/ С.В. Петухова. – Москва: Омега-Л, 2016. –171 с.
35. Попов, В.М. Бизнес-планирование. Анализ ошибок, рисков и конфликтов [Текст] / В.М. Попов, С.И. Ляпунов, А.А. Касаткин. – Москва:КноРус, 2016. –448 с.
36. Попов, А.И. Бизнес-план инновационного проекта[Текст] / А.И. Попов. – Тамбов:Тамб. гос.техн. ун-т, 2015. –15 с.
37. ПОРТАЛ БИЗНЕС-НАВИГАТОР МСП [Электронный ресурс] / режим доступа: <https://smbn.ru/msp/main.htm>.
38. Романова, М.В. Бизнес-планирование[Текст]/М.В. Романова. – Москва: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2014. – 240 с.
39. Сатаев, А.М. Азбука бизнес-планирования [Текст]/ А.М. Сатаев. –Москва: Юриспруденция, 2016. –128 с.
40. Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование[Текст]/ Н.Д. Стрекалова. – Санкт-Петербург: Питер, 2016. –352 с.
41. Среднемесячная зарплата в Белгородской области –28 тысяч рублей[Электронный ресурс] / режим доступа: <https://www.belpressa.ru/news/news/srednemesyachnaya-zarplata-v-belgorodskoj-oblasti-28-tysyach-rublej18069/>
42. Сухова, Л.Ф. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия [Текст]/ Л.Ф. Сухова, Н.А. Чернова.– Москва: Финансы и статистика, 2017. –159 с.
43. Торосян, Е. К. Бизнес-планирование[Текст] / Е. К. Торосян,

Л. П.Сажнева, А.В. Варзунов. – Санкт-Петербург: ИТМО, 2015. –90 с.

44. Уткин, Э.А. Бизнес-план. Организация и планирование предпринимательской деятельности [Текст] / Э.А. Уткин. –Москва: Тандем, Акалис, 2015. –346 с.

45. Фролова, Т.А. Экономика предприятия [Текст]/ Т.А. Фролова. – ТТИ ЮФУ, 2017. –110 с.

46. Шеремет, А.Д. Финансы предприятий [Текст]/ А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулин. –Москва: ИНФРА-М, 2015. –343 с.

47. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса [Текст]/ Р. Абрамс. –Москва: Альпина Паблишер, 2015. –486 с.

48. Брайен, Ф. Руководство Ernst&Young по составлению бизнес-планов [Текст]/ Ф. Брайен, Б. Джейн, П. Патрик. –Москва:Альпина Паблишерз, 2016. –264 с.

49. Вернер, Б. Руководство по подготовке технико-экономических обоснований промышленных проектов [Текст]/ Б. Вернер, М. Питер. – Хавранек UNIDO Vienna 2017. –363 с.

50. Лудольф, Ф. Бизнес план. Профессиональное составление и убедительная презентация[Текст]/ Ф. Лудольф, С. Лихтенберг. – Москва: ОЛМА ПРЕСС, 2016. – 224 с.

51. Холт Роберт, Н. Основы финансового менеджмента[Текст] / Н. Холт Роберт. –Москва: Дело, 2015. –128 с.

Приложения

Приложение А

Перечень разделов бизнес плана, задач экономического анализа и оценки бизнеса

№ п/п	Название раздела	Содержание раздела	Задача анализа и оценки
	Титульный лист	Название и адрес фирмы; Имена и адреса учредителей; Суть проекта; Стоимость проекта; Ссылка на секретность	
1	Резюме	Основные положения проекта; Цель производства; Новизна продукции; Сведения об объеме продаж, прибыли, затратах, выручке, срок возврата кредитов	Анализ затрат; Анализ и оценка объема продаж; Оценка риска; оценка прибыли
2	Товар/услуга	Описание продукта; Потребительские свойства товара/услуги; Отличие от товаров конкурентов, степень защищенности патентами; Прогноз цены и затрат на производство	Оценка потребительских свойств товара/услуги; Анализ товаров конкурентов; Анализ цен и затрат на производство продукции

3	Рынок сбыта	Положение дел в отрасли; Потенциальные потребители; Рыночная конъюнктура	Оценка положения дел в отрасли; Анализ темпов роста по отрасли; Анализ потенциальных потребителей; Анализ рыночной конъюнктуры
4	Конкуренция	Потенциальные конкуренты; Оценка объема их продаж, доходов, основных характеристик, перспектив внедрения моделей, уровня качества и дизайна их продукции	Сравнительный анализ; Анализ цели, стратегии конкурентов; Анализ сильных и слабых сторон деятельности конкурентов
5	План маркетинга	Цены; каналы сбыта; реклама; ценообразование, прогноз новой продукции, ценовые показатели.	Анализ состояния рынка; Анализ изменения цен; Анализ внешних и внутренних факторов; Анализ эффективности рекламы; Анализ сильных и слабых сторон фирмы;

Продолжение Приложения А

№ п/п	Название раздела	Содержание раздела	Задача анализа и оценки
6	План производства	Производственный процесс; Перечень базовых операций по обработке и сборке; Поставка сырья, материалов, комплектующих изделий с полным перечнем условий; оборудование, здания, сооружения Трудовые ресурсы; Затраты на производство продукции/услуги	
7	Оценка риска и страхования	Слабые стороны предприятия; Вероятность появления новых технологий; Альтернативные стратегии; Меры профилактики рисков; Программа страхования и внешнего страхования от рисков	Анализ риска по источникам и причинам; Анализ риска статистическим, экспертным и комбинированным методами; Анализ выбора инвестиционных решений
8	Финансовый план	Прогноз объемов реализации; Баланс денежных расходов поступлений; Таблица доходов и затрат; Сводный баланс активов и пассивов предприятий; График достижения безубыточности	Финансовый анализ деятельности предприятий; Анализ баланса денежных расходов и поступлений; Анализ безубыточности; Анализ доходов и затрат; Выявление внутрихозяйственных резервов для укрепления финансового положения

9	Стратегия финансирования	Определение величины и источников получения средств; Обоснование полного возврата средств и получения доходов	Анализ средств по источникам; Анализ платежеспособности предприятия; Анализ сроков окупаемости вложений
---	--------------------------	--	---

Примерная схема организации разработки бизнес-плана



Приложение В(в ред. Приказа Минфина России
от 06.04.2015 № 57н)**Отчет о финансовых результатах**

за _____ 20__ г.

Организация _____ по ОКПО
 Идентификационный номер налогоплательщика _____ ИНН
 Вид экономической деятельности _____ по ОКВЭД
 Организационно-правовая форма/форма собственности _____ по ОКОПФ/ОКФС
 Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.) _____ по ОКЕИ

Коды	
0710002	
384 (385)	

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	За _____	За _____
		20__ г. ³	20__ г. ⁴
	Выручка ⁵		
	Себестоимость продаж	()	()
	Валовая прибыль (убыток)		
	Коммерческие расходы	()	()
	Управленческие расходы	()	()
	Прибыль (убыток) от продаж		
	Доходы от участия в других организациях		
	Проценты к получению		
	Проценты к уплате	()	()
	Прочие доходы		
	Прочие расходы	()	()
	Прибыль (убыток) до налогообложения		
	Текущий налог на прибыль	()	()
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)		
	Изменение отложенных налоговых обязательств		
	Изменение отложенных налоговых активов		
	Прочее		
	Чистая прибыль (убыток)		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	За _____ 20 ____ г. ³	За _____ 20 ____ г. ⁴
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода		
	Совокупный финансовый результат периода ⁶		
	Справочно Базовая прибыль (убыток) на акцию		
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию		

Руководитель _____
(подпись) (расшифровка подписи)

“ ____ ” _____ 20 ____ г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанный Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных доходах и расходах могут приводиться в отчете о финансовых результатах общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о финансовых результатах, если каждый из этих показателей в отдельности незначителен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".

Приложение Г

Приложение N 2
к приказу Минфина России
от 02.07.2010 N 66н (в редакции
приказов Минфина России
от 05.10.2011 N 124н
и от 06.04.2015 N 57н)

Отчет о движении денежных средств

за _____ 20 ____ г.

Организация _____	Дата (число, месяц, год) _____	Форма по ОКУД _____	Коды
Идентификационный номер налогоплательщика _____	_____	по ОКПО _____	0710004
Вид экономической деятельности _____	_____	ИНН _____	
Организационно-правовая форма / форма собственности _____	_____	по ОКВЭД _____	
_____	_____	по ОКОПФ/ОКФС _____	
Единица измерения: тыс.руб. / млн.руб. (ненужное зачеркнуть)	_____	по ОКЕИ _____	384/385

Наименование показателя	Код	За _____ 20 ____ г. ¹⁾	За _____ 20 ____ г. ²⁾
Денежные потоки от текущих операций			
Поступления - всего	4110		
в том числе:			
от продажи продукции, товаров, работ и услуг	4111		
арендных платежей, лицензионных платежей, роялти, комиссионных и иных аналогичных платежей	4112		
от перепродажи финансовых вложений	4113		
прочие поступления	4119		
Платежи - всего	4120	()	()
в том числе:			
поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	4121	()	()
в связи с оплатой труда работников	4122	()	()
процентов по долговым обязательствам	4123	()	()
налога на прибыль организаций	4124	()	()
прочие платежи	4129	()	()
Сальдо денежных потоков от текущих операций	4100		

Наименование показателя	Код	За _____ 20 ____ г. ¹⁾	За _____ 20 ____ г. ²⁾
Денежные потоки от инвестиционных операций			
Поступления - всего	4210		
в том числе:			
от продажи внеоборотных активов (кроме финансовых вложений)	4211		
от продажи акций других организаций (долей участия)	4212		
от возврата предоставленных займов, от продажи долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам)	4213		
дивидендов, процентов по долговым финансовым вложениям и аналогичных поступлений от долевого участия в других организациях	4214		
прочие поступления	4219		
Платежи - всего	4220	()	()
в том числе:			
в связи с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию внеоборотных активов	4221	()	()
в связи с приобретением акций других организаций (долей участия)	4222	()	()
в связи с приобретением долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам), предоставление займов другим лицам	4223	()	()
процентов по долговым обязательствам, включаемым в стоимость инвестиционного актива	4224	()	()
прочие платежи	4229	()	()
Сальдо денежных потоков от инвестиционных операций	4200		
Денежные потоки от финансовых операций			
Поступления - всего	4310		
в том числе:			
получение кредитов и займов	4311		
денежных вкладов собственников (участников)	4312		
от выпуска акций, увеличения долей участия	4313		
от выпуска облигаций, векселей и других долговых ценных бумаг и др.	4314		
прочие поступления	4319		

Наименование показателя	Код	За _____ 20 ____ г. ¹⁾	За _____ 20 ____ г. ²⁾
Платежи - всего	4320	()	()
в том числе:			
собственникам (участникам) в связи с выкупом у них акций (долей участия) организации или их выходом из состава участников	4321	()	()
на уплату дивидендов и иных платежей по распределению прибыли в пользу собственников (участников)	4322	()	()
в связи с погашением (выкупом) векселей и других долговых ценных бумаг, возврат кредитов и займов	4323	()	()
прочие платежи	4329	()	()
Сальдо денежных потоков от финансовых операций	4300		
Сальдо денежных потоков за отчетный период	4400		
Остаток денежных средств и денежных эквивалентов на начало отчетного периода	4450		
Остаток денежных средств и денежных эквивалентов на конец отчетного периода	4500		
Величина влияния изменений курса иностранной валюты по отношению к рублю	4490		

Руководитель _____
(подпись) (расшифровка подписи)

" ____ " _____ 20 ____ г.

Примечания

1. Указывается отчетный период.
2. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.

Приложение Д

Меню кофейни-кондитерской «TrendBakery»

№ п/п	Наименование	Выход, гр	Цена
Кондитерские изделия			
1.	Медовик классический	150	110,00
2.	Наполеон	150	100,00
3.	Красный бархат с клубничным конфи	150	150,00
4.	Пряный морковный торт	150	140,00
5.	Торт Сникерс	150	170,00
6.	Торт Орео с чизкейком внутри	150	190,00
7.	Тирамису	150	250,00
8.	Муссовый порционный торт Три шоколада	150	160,00
9.	Фисташковый чизкейк	150	180,00
10.	Чизкейк Нью-Йорк	150	150,00
11.	Вишнево-кокосовый чизкейк	150	150,00
12.	Ванильный капкейк с ягодной начинкой	100	90,00
13.	Шоколадный капкейк с ореховой начинкой	100	90,00
14.	Эклер ванильный	50	50,00
15.	Эклер шоколадный	50	50,00
16.	Набор печенья Ассорти	200	115
17.	Имбирные пряники в ассортименте	50/100	50,00/100,00
18.	Вегетарианский Crazecake	150	110
19.	Вегетарианский пудинг с семенами чиа и манго	125	270,00
20.	Вегетарианский морковный пирог с кокосовыми сливками	150	120,00
21.	Вегетарианский чизкейк из кешью	150	290,00
22.	Вегетарианские ванильные капкейк	100	140,00
Гранулированное мороженное			
1.	Мороженое гранулированное «Бабл-гам»	100	150
2.	Мороженое гранулированное «Чизкейк черничный»	100	150
3.	Мороженое гранулированное «Мятный шоколад»	100	150
4.	Мороженое гранулированное «Мохито»	100	150
5.	Мороженое гранулированное «Соленая карамель»	100	150
Напитки			
1.	Эспрессо	30/60	50/70
2.	Американо	200/300	90/120
3.	Капучино	200/300	110/140
4.	Латте	200/300	110/140
5.	Гляссе	200/300	130/165
6.	Раф-кофе	200/300	140/170
7.	Мокачино	200/300	150/180
8.	Кофе по-венски	200/300	130/150
9.	Кофе с соевым молоком	200/300	170/200
10.	Кофе с кокосовым молоком	200/300	180/220
11.	Кофе с миндальным молоком	200/300	210/260
12.	Банана-крим	200/300	160/190
13.	Горячий шоколад	200/300	150/200
14.	Какао	200/300	120/150

Продолжение Приложения Д

15.	Какао на соевом молоке	200/300	150/180
16.	Чай листовой в ассортименте	200/500	60/170
17.	Фирменный облепиховый чай	500	210
18.	Фирменный клюквенный чай	500	230
19.	Айс-капучино	300	160
20.	Фраппе	300	160
21.	Лимонад классический	300	150
22.	Лимонад облепиховый	300	150
23.	Лимонад ежевичный	300	150
24.	Фреш апельсиновый	200	200
25.	Фреш яблочный	200	190
26.	Фреш морковный	200	150
27.	Смузи кофейно-шоколадный	200	160
28.	Смузи из голубики	200	180
29.	Смузи клубничный	200	170
30.	Смузи банановый	200	200
31.	Молочный коктейль ванильный	300	150
32.	Молочный коктейль шоколадный	300	170
33.	Молочный коктейль банановый	300	180
34.	Вода минеральная	330/500	50/80
35.	Соки	200/1000	50/150

Приложение Е

Расчёт себестоимости кондитерских изделий

1. Медовик классический			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
1	2	3	4
Мука пшеничная	3,750	15,00	56,25
Сахар	1,950	33,60	65,52
Масло сливочное	1,100	402,98	443,30
Яйцо куриное	20шт	3,77	75,4
Мед	0,600	300,00	180,00
Лимонный сок	0,02	162,00	3,24
Сода	0,09	42,40	3,80
Сметана	6,000	220,50	1323,00
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		2 150,21	
Сумма с наценкой (400%)		10 751,05	
Продажная цена 1 блюда		110,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
2. Наполеон классический			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука пшеничная	4,500	15,00	19,50
Масло сливочное	3,000	402,98	1208,94
Яйцо куриное	30 шт.	3,77	113,10
Вода	1,500	2,000	3,00
Уксус 6%	0,150	42,89	6,43
Соль	0,07	10,10	0,70
Молоко	5,000	39,80	199
Сахар	1,250	33,60	42,00
Кукурузный крахмал	0,300	175,00	52,50
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		1 645,17	
Сумма с наценкой (400%)		8 225,85	
Продажная цена 1 блюда		100,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
3. Красный бархат с клубничным конфи			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука пшеничная	3,300	15,00	49,50
Сахар	1,500	33,60	50,40
Масло сливочное	0,750	409,98	307,50
Масло растительное	0,750	60,00	45,00
Яйцо куриное	15шт	3,77	56,60
Молоко	1,350	39,80	53,70
Какао	0,075	680,00	51,00
Разрыхлитель	0,040	590,50	23,60

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Сода	0,040	42,40	1,70
Соль	0,020	10,10	0,20
Клубника	2,000	177,00	354,00
Кукурузный крахмал	0,050	175,00	8,80
Сливки 35%	0,750	329,00	246,75
Творожный сыр	3,000	300,00	900,00
Сахарная пудра	0,525	131,00	68,70
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд			2 217,45
Сумма с наценкой (400%)			11 087,25
Продажная цена 1 блюда			150,00
Выход в готовом виде 1 блюда, г			150
4. Пряный морковный торт			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука пшеничная	3,200	15,00	48,00
Сахар	2,000	33,60	67,20
Масло растительное	1,400	60,00	84,00
Яйцо куриное	40	3,77	150,80
Разрыхлитель	0,080	590,50	47,20
Сода	0,080	42,40	3,40
Соль	0,040	10,10	0,40
Морковь	5,000	10,00	50,00
Корица	0,080	397,75	31,80
Мускатный орех	0,080	126,4	63,20
Имбирь	0,080	643,00	51,40
Сахарная пудра	0,700	131	91,70
Творожный сыр	4,000	300,00	1200,00
Сливки 33%	1,000	329,00	329,00
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд			2 218,20
Сумма с наценкой (400%)			11 091,00
Продажная цена 1 блюда			140,00
Выход в готовом виде 1 блюда, г			150
5. Торт Сникерс			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	3,125	15,00	46,90
Сахар	4,000	33,60	134,40
Яйца	10	3,77	37,70
Растительное масло	0,750	60,00	45,00
Сливочное масло	1,400	409,98	574,00
Разрыхлитель	0,060	590,50	35,40
Вареное сгущённое молоко	1,90	177,80	337,80
Молочный шоколад	1,000	684,00	684,00

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Е

Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Арахис	1,000	289,90	289,90
Сода	0,060	42,40	2,50
Какао	0,250	680,00	170,00
Молоко	1,250	39,80	49,80
Вода	1,25	2,00	2,50
Сливки 33%	2,100	329,00	690,90
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		3 100,80	
Сумма с наценкой (400%)		15 504,00	
Продажная цена 1 блюда		170,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
6. Торт Орео с чизкейком внутри			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	1,250	15,00	18,8
Сахар	2,250	33,60	75,6
Какао	0,200	680,00	136,0
Сода	0,060	42,40	2,5
Растительное масло	0,300	60,00	18,0
Сливочное масло	0,300	409,98	123,0
Молоко	1,500	39,80	59,7
Творожный сыр	7,000	300,00	2100,0
Яйца	10	3,77	37,7
Сливки 33%	2,600	329,00	855,4
Печенье орео	0,800	328,50	262,8
Сахарная пудра	0,650	131,00	85,2
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		3 774,60	
Сумма с наценкой (400%)		18 873,00	
Продажная цена 1 блюда		190,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
7. Торт Тирамису			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Печенье савоярди	2,500	360,00	900,00
Кофе	0,400		100,00
Коньяк	0,400	1000,00	400,00
Какао	0,400	680,00	272,00
Сыр Маскарпоне	3,500	521,70	1826,00
Сливки 33%	3,500	329,00	1151,50
Сахарная пудра	1,500	131,00	196,50
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		4 846,00	
Сумма с наценкой (400%)		24 230,00	
Продажная цена 1 блюда		250,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
8. Муссовый порционный торт Три шоколада			

Продолжение Приложения Е

Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	0,950	15,00	14,30
Какао	0,900	680,00	612,00
Яйца	10шт	3,77	37,70
Сахар	1,750	33,60	58,80
Растительное масло	0,375	60,00	22,50
Разрыхлитель	0,025	590,50	14,80
Сода	0,020	42,40	0,80
Вода	1,000	2,00	2,00
Сливки 33%	3,000	329,00	987,00
Молоко	2,350	39,80	93,50
Желатин	0,120	1990,00	238,80
Темный шоколад	0,500	636,00	318,00
Молочный шоколад	0,500	684,00	342,00
Белый шоколад	0,500	708,00	354,00
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		3096,00	
Сумма с наценкой (400%)		15 480,00	
Продажная цена 1 блюда		160,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
9. Фисташковый чизкейк			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Сливочное масло	0,750	409,98	307,5
Сахарная пудра	0,350	131	45,9
Мука	1,200	15,00	18,0
Разрыхлитель	0,040	590,50	23,6
Соль	0,010	10,10	0,1
Творожный сыр	6,000	300,00	1800,0
Сахар	1,100	33,60	37,0
Яйца	20	3,77	75,4
Сливки 33%	1,000	329,00	329,0
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		3517,50	
Сумма с наценкой (400%)		17 587,50	
Продажная цена 1 блюда		180,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
10. Чизкейк Нью-Йорк			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Сливочное масло	1,100	409,98	451,0
Мука	1,350	15,00	20,3
Сахарная пудра	0,500	131	65,5
Яйца	30	3,77	113,1
Разрыхлитель	0,040	590,50	23,6
Соль	0,010	10,10	0,1

Продолжение Приложения Е

Наименование	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Творожный сыр	6,000	300,00	1800,0
Сахар	1,100	33,60	37,0
Сливки 33%	1,200	329,00	394,8
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд			2 905,30
Сумма с наценкой (400%)			14 526,50
Продажная цена 1 блюда			150,00
Выход в готовом виде 1 блюда, г			150
11. Вишнево-кокосовый чизкейк			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Сливочное масло	1,100	409,98	451,00
Мука	1,350	15,00	20,30
Сахарная пудра	0,500	131,00	65,50
Яйца	20шт	3,77	75,40
Творожный сыр	4,000	300,00	1200,00
Сахар	1,100	33,60	37,00
Кокосовое молоко	0,800	320,00	256,00
Кокосовая стружка	0,100	400,00	40,00
Вишня	2,000	400,00	800,00
Кукурузный крахмал	0,100	175,00	17,50
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд			2 962,60
Сумма с наценкой (400%)			14 813,00
Продажная цена 1 блюда			150,00
Выход в готовом виде 1 блюда, г			150
12. Ванильный капкейк с ягодной начинкой			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	2,000	15,00	30,00
Сахар	1,900	33,60	63,80
Яйца	30	3,77	113,10
Молоко	1,250	39,80	49,80
Сливочное масло	0,500	409,98	205,00
Разрыхлитель	0,050	590,50	29,50
Клубника замороженная	0,500	177,00	88,50
Кукурузный крахмал	0,40	175,00	70,00
Творожный сыр	2,000	300,00	600,00
Сливки 33%	0,500	329,00	164,50
Сахарная пудра	0,350	131	45,90
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд			1 460,10
Сумма с наценкой (400%)			7 300,50
Продажная цена 1 блюда			90,00
Выход в готовом виде 1 блюда, г			100

Продолжение Приложения Е

13. Шоколадный капкейк с ореховой начинкой			
Наименование	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	1,250	15,00	18,80
Сахар	1,450	33,60	48,70
Какао	0,400	680,00	272,00
Сода	0,020	42,40	0,80
Соль	0,010	10,10	0,10
Растительное масло	0,300	60,00	18,00
Сливочное масло	0,600	409,98	246,00
Молоко	1,500	39,80	59,70
Вареное сгущённое молоко	0,400	177,80	71,10
Арахис	0,200	289,90	58,00
Творожный сыр	2,000	300,00	600,00
Сливки 33%	0,500	329,00	164,50
Сахарная пудра	0,350	131	45,90
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		1 603,60	
Сумма с наценкой (400%)		8 018,00	
Продажная цена 1 блюда		90,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		100	
14. Эклер ванильный			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	0,750	15,00	11,30
Сахар	0,725	33,60	24,40
Соль	0,025	10,10	0,30
Сливочное масло	1,250	409,98	512,50
Вода	1,250	2	2,50
Яйца	35	3,77	132,00
Молоко	2,500	39,80	99,50
Кукурузный крахмал	0,150	175,00	26,30
Сахарная пудра	0,150	131	19,70
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		828,20	
Сумма с наценкой (400%)		4 141,00	
Продажная цена 1 блюда		50,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		50	
15. Эклер шоколадный			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	0,750	15,00	11,3
Сахар	0,025	33,60	0,8
Соль	0,025	10,10	0,3
Сливочное масло	0,500	409,98	205,0
Вода	1,250	2,00	2,50
Яйца	25	3,77	94,3
Молочный шоколад	0,450	684,00	307,8

Продолжение Приложения Е

Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Сливки 33%	0,450	329,00	148,1
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		769,90	
Сумма с наценкой (400%)		3 849,50	
Продажная цена 1 блюда		50,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		50	
16. Имбирные пряники			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	2,700	15,00	40,5
Сахар	1,500	33,60	50,4
Вода	0,6	2	1,2
Соль	0,010	10,10	0,1
Сливочное масло	0,600	409,98	246,0
Яйца	3	3,77	11,3
Корица	0,050	397,75	19,9
Мускатный орех	0,020	126,4	63,2
Имбирь	0,030	643,00	51,4
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		484,00	
Сумма с наценкой (400%)		2 420,00	
Продажная цена 1 блюда		50,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		50	
17. Вегетарианский Crazecake			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	5,625	15,00	84,40
Сахар	2,625	33,60	88,20
Какао	0,450	680,00	306,00
Сода	0,030	42,40	1,30
Вода	1,000	2,00	2,00
Соль	0,010	10,10	0,10
Растительное масло	0,400	60,00	24,00
Банан	3,200	48,00	153,60
Кокосовые сливки	1,100	460,00	495,00
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		1 154,50	
Сумма с наценкой (400%)		5 772,50	
Продажная цена 1 блюда		110,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
18. Вегетарианский пудинг с семенами чиа и манго			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Семена чиа	1,400	1222,00	1710,80
Манго	2,500	850,00	2125,00
Кокосовое молоко	3,600	320,00	1152,00

Продолжение Приложения Е

Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Вода	0,700	2,00	1,40
Сахар	0,600	33,60	20,16
Мята свежая	0,100	500,00	50,00
Фундук	0,400	750,00	300
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		5 359,36	
Сумма с наценкой (400%)		26 798,80	
Продажная цена 1 блюда		270,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		125	
19. Вегетарианский Crazecake			
Мука	2,400	15,00	36,0
Сахар	2,300	33,60	77,28
Разрыхлитель	0,050	590,50	29,5
Соль	0,020	10,10	0,2
Сода	0,050	42,40	2,1
Корица	0,050	397,75	19,9
Апельсины для сока и цедры	1,000	65,00	65,0
Морковь	2,300	10,00	23,0
Сахарная пудра	1,500	131	196,5
Орех грецкий	0,900	350,00	315,0
Кокосовые сливки	2,800	460	1288,0
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		2 052,50	
Сумма с наценкой (400%)		10 262,50	
Продажная цена 1 блюда		120,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
20. Вегетарианский чизкейк из кешью			
Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Кешью	3,4	950	3 230
Орех грецкий	2,200	350,00	770,0
Сахар	1,150	33,60	38,64
Лимон	0,800	52	41,60
Корица	0,050	397,75	19,9
Растительное масло	0,150	60,00	9,0
Банан	3,400	48,00	163,2
Курага	2,850	520	1482,0
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд		5 754,00	
Сумма с наценкой (400%)		28 770,00	
Продажная цена 1 блюда		290,00	
Выход в готовом виде 1 блюда, г		150	
20. Вегетарианский ванильный капкейк			

Продолжение Приложения Е

Наименование продукта	Норма, кг	Цена за 1 кг	Сумма, руб.
Мука	2,100	15,00	37,5
Кокосовое молоко	2,000	320,00	640,00
Растительное масло	1,200	60,00	72,0
Сахар	1,000	33,60	33,60
Разрыхлитель	0,050	590,50	29,5
Орех грецкий	1,250	350,00	437,5
Кокосовые сливки	1,800	460	1288,0
Сахарная пудра	1,620	131	212,2
Общая стоимость сырьевого набора на 100 блюд			2 750,3
Сумма с наценкой (400%)			13 750,00
Продажная цена 1 блюда			140,00
Выход в готовом виде 1 блюда, г			100

Приложение Ж

Перечень поставщиков продуктов с указанием цен на товары

Поставщик - Ильяков И.А.			
1	2	3	4
№ п/п	Наименование продукции	Ед.изм.	Цена за продукт
1.	Масло растительное	кг.	60,00
2.	Мука	кг.	15,00
3.	Соль	кг.	10,10
4.	Лимонная кислота	кг.	290,00
5.	Яйцо куриное пищевое	шт.	3,77
6.	Сахар	кг.	33,60
7.	Мед	кг.	300,00
Поставщик - МЕТРО Кэш энд Керри			
1.	Лимонный сок	кг.	162,00
2.	Сода	кг.	42,40
3.	Уксус столовый ДЯДЯ ВАНЯ, 1л	кг.	42,89
4.	Клубника замороженная ARETOL, 10кг	кг.	177,00
5.	Сливки PARMALAT 35%, 1л	кг.	329,00
6.	Сахарная пудра РАСПАК, 1 кг	кг.	131,00
7.	Вареное сгущенное молоко HORECA SELECT	кг.	177,80
8.	Корица Horeca Select	кг.	397,75
9.	Имбирь Horeca Select	кг.	643,00
10.	Мускатный орех Horeca Select	кг.	1580,00
11.	Арахис очищенный сушеный HORECA SELECT	кг.	289,90
12.	Шоколадное печенье OREO	кг.	328,50
13.	Печенье савоярди FINE LIFE	кг.	360,00
14.	Сырмаскарпоне HORECA SELECT	кг.	521,70
15.	Сыр творожный Креметте 10 кг	кг.	300,00
16.	Фисташки ARO	кг.	979,00
17.	Кокосовое молоко	кг.	320,00
18.	Вишня без косточки замороженная	кг.	1000,00
19.	Семена чиа СЫРОЕД	кг.	1222,00
Поставщик - ООО «Шокодел»			
1.	Крахмал кукурузный	кг.	175,00
2.	Какао Dr.Otker	кг.	680,00
3.	Разрыхлитель	кг.	590,50

Продолжение Приложения Ж

1	2	3	4
4.	Шоколад молочный Молочный шоколад 33,6% Callebaut (Бельгия)	кг.	684,00
5.	Белый шоколад 25,9% Callebaut(Бельгия)	кг.	708,00
6.	Темный шоколад 54,5% Callebaut (Бельгия)	кг.	636,00
7.	Желатин листовой Ewald (Германия)	кг.	1990,00
8.	Кокосовая стружка	кг.	400,00
9.	Кокосовые сливки Агоу-D (Тайланд)	кг.	460,00
10.	Пюре манго глубокой заморозки Voigon (Франция)	кг.	850,00
Поставщик – Левшина Т.К.			
1.	Сметана	кг.	220,50
2.	Масло сливочное	кг.	402,98
3.	Молоко питьевое	кг.	39,80
Оптовая база город Белгород			
1.	Морковь столовая	кг.	10,00
2.	Бананы	кг.	48,00
3.	Мята свежая	кг.	500,00
4.	Фундук	кг.	750,00
5.	Грецкий орех	кг.	350,00
6.	Курага	кг.	520,00
7.	Кешью	кг.	950,00
8.	Апельсины	кг.	65,00
Tastycoffee			
1.	Кофе без кофеина (Декаф)	кг.	1123,00
2.	Кофе Коста-Рика Азалия	кг.	983,00
3.	Кофе Французская обжарка	кг.	991,00
4.	Черный чай Английский завтрак	кг.	1752,00
5.	Зеленый чай Сенча	кг.	975,00
6.	Молочный улун	кг.	1826,00
7.	Фруктовый чай Вишневый пунш	кг.	1655,00
8.	Травяной чай Успокаивающий	кг.	1236,00
ООО «Мороженое будущего»			
1.	Мороженое гранулированное «Бабл-гам»	кг.	909,00
2.	Мороженое гранулированное «Чизкейк черничный»	кг.	909,00
3.	Мороженое гранулированное «Мятный шоколад»	кг.	909,00
4.	Мороженое гранулированное «Крем-брюле»	кг.	909,00
5.	Мороженое гранулированное «Соленая карамель»	кг.	909,00

Приложение И

Анализ конкурентоспособности «TrendBakery»

Сравнительная характеристика	Кофейня-кондитерская «TrendBakery»	Кафе-пекарня «Бонифаций»	Кофейня «Комод»	Кофейня «Калипсо»
Месторасположение	-кондитерская будет находиться на улице Белгородского полка, между остановок Гастроном салют и Скорая помощь; - рядом живут молодые семьи с детьми, детский сад №1, №2, №12, №33, №42, школы №35 и №48 - возможность организации летней террасы. <i>(5 баллов)</i>	-оживленное место со множеством офисных центров (проспект Славы, 31а); -летняя терраса <i>(5 баллов)</i>	-хорошая проходимость у БГТУ им. Шухова и у центрального парка; -летняя терраса <i>(5 баллов)</i>	-хорошая проходимость у БелГУ и у центрального рынка <i>(5 баллов)</i>
Объем продаж	средний <i>(4 балла)</i>	высокий <i>(5 баллов)</i>	высокий <i>(5 баллов)</i>	высокий <i>(5 баллов)</i>
Занимаемая доля рынка	10% <i>(3 балла)</i>	20% <i>(4 балла)</i>	35% <i>(5 баллов)</i>	35% <i>(5 баллов)</i>
Уровень цены	средний <i>(5 баллов)</i>	высокий <i>(4 балла)</i>	высокий <i>(4 балла)</i>	средний <i>(5 баллов)</i>
Уровень обслуживания	высокий <i>(5 баллов)</i>	высокий <i>(5 баллов)</i>	средний <i>(4 балла)</i>	средний <i>(4 балла)</i>
Качество продукции	высокое <i>(5 баллов)</i>	высокое <i>(5 баллов)</i>	средний <i>(4 балла)</i>	высокое <i>(5 баллов)</i>

Продолжение Приложения И

Сравнительная характеристика	Кофейня-кондитерская «TrendBakery»	Кафе-пекарня «Бонифаций»	Кофейня «Комод»	Кофейня «Калипсо»
Наличие карты постоянного покупателя	- скидка 5% (при покупке свыше 500 рублей в подарок карта постоянного покупателя)(5 баллов)	- (0 баллов)	-карта бонусно-накопительная, с каждой покупки на карту начисляется 10% бонусов (5 баллов)	- карта бонусно-накопительная (5 баллов)
Особенность производимой продукции	-продукция реализуется непосредственно при производстве; - уникальное гранулированное мороженое (5 баллов)	- продукция реализуется непосредственно при производстве (5 баллов)	-покупные замороженные десерты, со сроком годности от 6 до 18 месяцев (2 балла)	- продукция реализуется непосредственно при производстве; -минимальный выбор десертов (4 балла)
Рекламная кампания	-реклама на ТВ; -реклама на радио; -реклама в периодических изданиях (журнал Выбериай) -страничка в социальной сети «Facebook», «В контакте» и «Instagram» (5 баллов)	-реклама на радио; -страничка в социальной сети «В контакте» и «Instagram», собственный сайт (4 балла)	-страничка в социальной сети «В контакте» и «Instagram», собственный сайт (3 балла)	-страничка в социальной сети «Facebook», «В контакте» и «Instagram» «Twitter», собственный сайт (4 балла)
Привлекательность внешнего вида заведения	- интерьер тщательно продуман, есть комфортная зона для отдыха, с приятной музыкой и вежливым обслуживанием; -летняя терраса(5 баллов)	- нет места приема пищи на 1-ом этаже; -подъем на 2-ой и 3-ий этаж неудобен, особенно для людей в возрасте; -летняя терраса(4 баллов)	-большое количество посадочных мест; -летняя терраса (5 баллов)	-маленькая площадь зала приема пищи; -отсутствие летней террасы (4 балла)
ИТОГО	47	41	42	46

Приложение К

Уважаемые респонденты!

Проводится маркетинговое исследование с целью изучения потребительского спроса на кофейни-кондитерские в городе Белгороде. Просим Вас принять участие в опросе и ответить на вопросы предлагаемой анкеты, выбрав один из предложенных вариантов ответа. Мы гарантируем полную конфиденциальность ответов. Ваше мнение очень важно для нас!

1. Укажите Ваш возраст:

- Моложе 18
- 18-25 лет
- 26-35 лет
- 36-50 лет
- Старше 50 лет

2. Укажите Ваш пол:

- Женский
- Мужской

3. Укажите Ваш уровень ежемесячного дохода:

- не имею дохода
- до 10 000 рублей
- от 10 000 до 20 000 рублей
- от 20 000 до 30 000 рублей
- более 30 000 рублей

4. Ваш род деятельности:

- школьник
- студент
- домохозяйка
- работающий
- пенсионер
- свой вариант _____

5. Как часто Вы посещаете кофейни?

- каждый день
- 1-2 раза в неделю
- 1-2 раза в месяц
- 1-2 раза в год
- не посещаю

6. По каким параметрам Вы выбираете кофейни? (возможно несколько вариантов ответа)

- качество и разнообразие блюд
- приятный интерьер
- быстрота обслуживания
- удобное местоположение
- невысокие цены
- другой

7. Какой средний чек для Вас допустим при посещении кофейни? (в расчете на одного человека)

- до 200 рублей
- от 200 до 500 рублей
- от 500 до 1500 рублей
- более 1500 рублей

8. Любите ли Вы кофе/кофейные напитки?

- да, пью очень часто
- да, но пью редко
- нет, не люблю

9. Посещали ли Вы раньше какие-либо кофейни?

- да, очень часто
- да, но редко
- нет, но хотел бы посетить
- нет, люблю пить кофе дома;

10. Какая цена для вас приемлемая при покупке кофе?

- 50-100 рублей
- 100-200 рублей
- 300-500 рублей
- более 500 рублей

11. Вы предпочитаете пить кофе с десертом или без?

- всегда пью кофе с десертом
- иногда пью кофе с десертом
- пью кофе без десерта

12. Покупаете ли Вы кондитерские изделия независимо от покупки кофе/кофейных напитков? (Пирожные, кексы, эклеры, пряники, и пр.)

- да
- нет

13. Для кого Вы обычно покупаете кондитерские изделия?(возможно несколько вариантов ответа)

- для себя
- для членов семьи
- для друзей/гостей

14. Как часто Вы покупаете кондитерские изделия?

- каждый день
- 1-2 раза в неделю
- 1-2 раза в месяц
- 1-2 раза в год
- не покупаю

15. Какой средний чек для Вас допустим при посещении кондитерской (в расчете на одного человека)

- | | |
|------------------------|-------------------------|
| • до 200 рублей | • от 500 до 1500 рублей |
| • от 200 до 500 рублей | • более 1500 рублей |

Приложение Л

Определение количества блюд каждого наименования для кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Наименование группы блюд, блюда	Цена за единицу	Количество блюд от общего количества		Количество блюд от данного вида		Цена за кол-во блюд
		%	блюд	%	блюд	
Мучные кондитерские изделия		40	46			
Медовик классический	110	-	-	6,5	3	330,00
Наполеон	100	-	-	4,3	2	200,00
Красный бархат с клубничным конфи	150	-	-	6,5	3	450,00
Пряный морковный торт	140	-	-	4,3	2	280,00
Торт Сникерс	170	-	-	4,3	2	340,00
Торт Орео с чизкейком внутри	190	-	-	6,5	3	570,00
Тирамису	250	-	-	4,3	2	500,00
Муссовый порционный торт Три шоколада	160	-	-	6,5	3	480,00
Фисташковый чизкейк	180	-	-	4,3	2	360,00
Чизкейк Нью-Йорк	150	-	-	4,3	2	300,00
Вишнево-кокосовый чизкейк	150	-	-	4,3	2	300,00
Ванильный капкейк с ягодной начинкой	90	-	-	2,4	1	90,00
Шоколадный капкейк с ореховой начинкой	90	-	-	2,4	1	90,00
Эклер ванильный	50	-	-	4,3	2	100,00
Эклер шоколадный	50	-	-	6,5	3	150,00
Набор печенья Ассорти	115	-	-	4,3	2	230,00
Имбирные пряники в ассортименте	75	-	-	4,3	2	150,00
Вегетарианский Crazecake	110	-	-	4,3	2	220,00
Вегетарианский пудинг с семенами чиа и манго	270	-	-	4,3	2	540,00
Вегетарианский морковный пирог с кокосовыми сливками	120	-	-	4,3	2	240,00
Вегетарианский чизкейк из кешью	290	-	-	4,3	2	580,00
Вегетарианские ванильные капкейк	140	-	-	2,4	1	140,00
Гранулированное мороженое		20	24			
Мороженое гранулированное «Бабл-гам»	150	-	-	20,8	5	750,00

Продолжение Приложения Л

Наименование группы блюд, блюда	Цена за едини- цу	Количество блюд от общего количества		Количество блюд от данного вида		Цена за кол-во блюд
		%	блюд	%	блюд	
Мороженое гранулированное «Чизкейк черничный»	150	-	-	20,8	5	750,00
Мороженое гранулированное «Мятный шоколад»	150	-	-	16,8	4	600,00
Мороженое гранулированное «Мохито»	150	-	-	20,8	5	750,00
Мороженое гранулированное «Соленая карамель»	150	-	-	20,8	5	750,00
Напитки		40	46			
Эспрессо	60	-	-	2,2	1	60,00
Американо	105	-	-	4,3	2	210,00
Капучино	125	-	-	4,3	2	250,00
Латте	125	-	-	4,3	2	250,00
Гляссе	148	-	-	4,3	2	296,00
Раф-кофе	155	-	-	4,3	2	310,00
Мокачино	165	-	-	2,2	1	165,00
Кофе по-венски	140	-	-	2,2	1	140,00
Кофе с соевым молоком	185	-	-	2,2	1	185,00
Кофе с кокосовым молоком	200	-	-	2,2	1	200,00
Кофе с миндальным молоком	235	-	-	2,2	1	235,00
Банана-крим	175	-	-	2,2	1	175,00
Горячий шоколад	175	-	-	4,3	2	350,00
Какао	135	-	-	2,2	1	135,00
Какао на соевом молоке	165	-	-	2,2	1	165,00
Чай листовой в ассортименте	115	-	-	4,3	2	230,00
Фирменный облепиховый чай	210	-	-	4,3	2	420,00
Фирменный клюквенный чай	230	-	-	4,3	2	460,00
Айс-капучино	160	-	-	2,2	1	160,00
Фраппе	160	-	-	2,2	1	160,00
Лимонад классический	150	-	-	2,2	1	150,00
Лимонад облепиховый	150	-	-	2,2	1	150,00
Лимонад ежевичный	150	-	-	2,2	1	150,00
Фреш апельсиновый	200	-	-	2,2	1	200,00
Фреш яблочный	190	-	-	2,2	1	190,00
Фреш морковный	150	-	-	4,3	2	300,00
Смузи кофейно-шоколадный	160	-	-	2,2	1	160,00
Смузи из голубики	180	-	-	2,2	1	180,00

Продолжение Приложения Л

Наименование группы блюд, блюда	Цена за едини- цу	Количество блюд от общего количества		Количество блюд от данного вида		Цена за кол-во блюд
		%	блюд	%	блюд	
Смузи клубничный	170	-	-	2,2	1	170,00
Смузи банановый	200	-	-	4,3	2	400,00
Молочный коктейль ванильный	150	-	-	2,2	1	150,00
Молочный коктейль шоколадный	170	-	-	2,2	1	170,00
Молочный коктейль банановый	180	-	-	2,2	1	180,00
Вода минеральная	65	-	-	2,2	1	65,00
Соки	100	-	-	2,1	1	100,00
Итого						17 511,00

Коэффициенты потребления блюд

Предприятия общественного питания	Коэффициент потребления блюд	Коэффициент потребления отдельных видов блюд			
		холодных	первых	вторых	сладких
	m	mх	ml	mil	mel
I. Столовые					
Открытого типа	2,5	0,5	0,75	1,0	0,25
Диетические	2,8	0,4	0,75	1,0	0,65
При промышленных предприятиях:					
по абонеентам (обед)	3,0-4,0				
При вузах:	2,5	0,5	0,75	1,0	0,25
завтрак	1,8	0,5	-	1,0	0,30
обед (свободный выбор блюд)	2,5	0,5	0,75	1,0	0,25
обед (по абонеентам)	3,0-4,0				
ужин	1,5	0,5	-	0,8	0,2
II. Рестораны					
При гостиницах	3,0	0,9	0,6	1,2	0,3
При вокзалах	3,0	0,9	0,6	1,2	0,3
Общегородские	3,5	1,1	0,7	1,4	0,3
Общегородские, работающие днем по сокращенному меню:					
днем	3,0	0,8	0,85	1,0	0,35
вечером	4,0	2,2	0,1	1,5	0,2
III. Кафе					
Общего типа					
С самообслуживанием	1,6	0,64	0,08	0,72	0,16
С обслуживанием официантами	2,0	0,8	0,1	0,9	0,2
Специализированные					
1. С самообслуживанием:					
молочные	1,6	0,5	0,1	0,75	0,25
кондитерские	0,3	-	-	-	0,3
2. С обслуживанием официантами:					
молодежное	2,0	0,64	0,08	0,75	0,53
мороженое	1,0	-	-	-	1,0
IV. Закусочные					
1. С самообслуживанием:					
общего типа	1,5	0,53	0,15	0,75	0,07
пирожковые, чебуречные	1,2	0,2	0,3	0,7	-
сосисочные	1,2	0,4	-	0,8	-
пельменные	1,5	0,4	0,3	0,8	-
2. С обслуживанием официантами:					
шашлычные	1,6	0,3	0,3	1,0	-
V. Домовая кухня	2,2	0,33	0,66	1,0	0,11

Приложение Н

План производства и реализации продукции для кофейни-кондитерской
«TrendBakery» на 2019 год

Наименование продукции	Ед. из.	Цена за ед.	Реализовано поквартально				Всего ед. за 1-год
			1 кв. (ед)	2 кв. (ед)	3 кв. (ед)	4 кв. (ед)	
Медовик классический	шт.	110	90	110	130	150	480
Наполеон	шт.	100	60	80	100	120	360
Красный бархат с клубничным конфи	шт.	150	90	110	130	150	480
Пряный морковный торт	шт.	140	60	80	100	120	360
Торт Сникерс	шт.	170	60	80	100	120	360
Торт Орео с чизкейком внутри	шт.	190	90	110	130	150	480
Тирамису	шт.	250	60	80	100	120	360
Муссовый торт Три шоколада	шт.	160	90	110	130	150	480
Фисташковый чизкейк	шт.	180	60	80	100	120	360
Чизкейк Нью-Йорк	шт.	150	60	80	100	120	360
Вишнево-кокосовый чизкейк	шт.	150	60	80	100	120	360
Ванильный капкейк с ягодной начинков	шт.	90	30	50	70	90	240
Шоколадный капкейк с ореховой начинкой	шт.	90	30	50	70	90	240
Эклер ванильный	шт.	50	60	80	100	120	360
Эклер шоколадный	шт.	50	90	110	130	150	480
Набор печенья Ассорти	шт.	115	60	80	100	120	360
Имбирные пряники в ассортименте	шт.	75	60	80	100	120	360
Вегетарианский Craze cake	шт.	110	60	80	100	120	360
Вегетарианский пудинг с семенами чиа и манго	шт.	270	60	80	100	120	360
Вегетарианский морковный пирог с кокосовыми сливками	шт.	120	60	80	100	120	360

Продолжение Приложения Н

Наименование продукции	Ед. из.	Цена за ед.	Реализовано поквартально				Всего ед. за 1-год
			1 кв. (ед)	1 кв. (ед)	1 кв. (ед)	1 кв. (ед)	
Вегетарианский чизкейк из кешью	шт.	290	60	80	100	120	360
Вегетарианские ванильные капкейки	шт.	140	30	50	70	90	240
Мороженое гранулированное «Бабл-гам»	шт.	150	150	170	190	210	720
Мороженое гранулированное «Чизкейк черничный»	шт.	150	150	170	190	210	720
Мороженое гранулированное «Мятный шоколад»	шт.	150	120	140	160	180	600
Мороженое гранулированное «Крем-брюле»	шт.	150	150	170	190	210	720
Мороженое гранулированное «Соленая карамель»	шт.	150	150	170	190	210	720
Эспрессо	шт.	60	30	50	70	90	240
Американо	шт.	105	60	80	100	120	360
Капучино	шт.	125	60	80	100	120	360
Латте	шт.	125	60	80	100	120	360
Гляссе	шт.	148	60	80	100	120	360
Раф-кофе	шт.	155	60	80	100	120	360
Мокачино	шт.	165	30	50	70	90	240
Кофе по-венски	шт.	140	30	50	70	90	240
Кофе с соевым молоком	шт.	185	30	50	70	90	240
Кофе с кокосовым молоком	шт.	200	30	50	70	90	240
Кофе с миндальным молоком	шт.	235	30	50	70	90	240
Банана-крим	шт.	175	30	50	70	90	240
Горячий шоколад	шт.	175	60	80	100	120	360
Какао	шт.	135	30	50	70	90	240
Какао на соевом молоке	шт.	165	30	50	70	90	240

Продолжение Приложения Н

Наименование продукции	Ед. из.	Цена за ед.	Реализовано поквартально				Всего ед. за 1-год
			1 кв. (ед)	1 кв. (ед)	1 кв. (ед)	1 кв. (ед)	
Чай листовой в ассортименте	шт.	115	60	80	100	120	360
Фирменный облепиховый чай	шт.	210	60	80	100	120	360
Фирменный клюквенный чай	шт.	230	60	80	100	120	360
Айс-капучино	шт.	160	30	50	70	90	240
Фраппе	шт.	160	30	50	70	90	240
Лимонад классический	шт.	150	30	50	70	90	240
Лимонад облепиховый	шт.	150	30	50	70	90	240
Лимонад ежевичный	шт.	150	30	50	70	90	240
Фреш апельсиновый	шт.	200	30	50	70	90	240
Фреш яблочный	шт.	190	30	50	70	90	240
Фреш морковный	шт.	150	60	80	100	120	360
Смузи кофейно-шоколадный	шт.	160	30	50	70	90	240
Смузи из голубики	шт.	180	30	50	70	90	240
Смузи клубничный	шт.	170	30	50	70	90	240
Смузи банановый	шт.	200	60	80	100	120	360
Молочный коктейль ванильный	шт.	150	30	50	70	90	240
Молочный коктейль шоколадный	шт.	170	30	50	70	90	240
Молочный коктейль банановый	шт.	180	30	50	70	90	240
Вода минеральная	шт.	65	30	50	70	90	240
Соки	шт.	100	30	50	70	90	240
ИТОГО			3480	4720	5960	7200	21360

Приложение П

Расчёт финансовых затрат на покупку оборудования для
кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Оборудование	Количество	Цена за шт. (руб.)	Итого цена (руб.)
Тепловое оборудование для цеха			
Печь Abat КЭП-10П	1	154 900	154 900
Холодильное оборудование для цеха			
Камерохолодильная Polair Professionale KXH-10,10	1	117 000	117 000
Шкаф шоковой заморозки Hurakan HKN-BCF14	1	225 820	225 820
Шкаф холодильный, POLAIR ШХ-0,5 (СМ105-S, глухая дверь)	1	32 999	32 999
Холодильное оборудование для бара			
Холодильник HOTPOINT/ARISTON HF 4200 W	1	23 899	23 899
Ледогенератор Bomann EWB 1027 (610271)	1	17 990	17 990
Витрина кондитерская Carboma ВХСв-0,9д Cube	2	46 680	93 360
Витрина кондитерская Carboma R400C	1	52 830	52 830
Технологическое оборудование для цеха			
Варочная панель Franke FHC 604 4C T BP (108.0280.340)	1	23 910	23 910
Планетарный миксер Hurakan HKN-IP10F	1	25 578	25 578
Ручной Миксер ВИТЕК VT-1421	1	2 499	2 499
Весы CAS PR-15B	1	6 264	6 264
Микроволновая печь LG MS2336GIN	1	8 499	8 499
Пирометр инфракрасный термометр Venetech GM 950	1	3 990	3 990
Термометр кулинарный Gradus	1	1 314	1 314
Стеллаж кухонный Кобор СК-60/40	2	6 870	13 740
Полка кухонная Техно-ТТ ПН-411/500	3	2 630	7 890
Раковина для мытья рук, РМ-400	1	4 590	4 590
Стол производственный GASTRORAG XSW-2436UDEN	4	7 070	28 280
Технологическое оборудование для бара			
Весы электронные, Polaris – для бара	1	560	560
Кофемашина Gaggia GE Compact 2	1	125 000	125 000
Блендер REDMOND RSB-СВМ3400	1	8 999	8 999
Миксер для молочных коктейлей Eksi DM-2	1	10 382	10 382

Продолжение Приложения П

Оборудование	Количество	Цена за шт. (руб.)	Итого цена (руб.)
Соковыжималка POLARIS PEA 1536ADL	1	5 999	5 999
Раковина для мытья рук, PM-400	1	4 590	4 590
Вентиляция			
Сплит-система, Scarlett RRI 09-M3G8 – для зала	1	16 990	16 990
Приточно-вытяжная вентиляция, Electrolux EPVS-200 – для цеха	1	35 700	35 700
Кухонная посуда и инвентарь			
Кондитерский инвентарь	-	100 000	100 000
Посуда и столовые приборы для гостей	-	80 000	80 000
Оборудование для моечного отделения			
Ванна моечная трехсекционная, BM 3	1	10 780	10 780
Посудомоечная машина Arach AF402	1	56 880	56 880
Стеллажи для хранения посуды, EXHO-ТТ СТР-314/600	2	8 437	16 874
Оборудование для складского помещения			
Стеллаж кухонный Кобор СК-60/40	2	6 870	13 740
Барное оборудование			
Барная стойка	1	60 000	60 000
Кассовый аппарат + ПО + Заключение договора с оператором фискальных данных	1	26 000	26 000
Оборудование для зала			
Напольная вешалка Sheffilton SHT-642	4	1 960	7 840
Стулья, кресла в эко-стиле	20	1 845	36 900
Двухместные диваны в эко-стиле	5	15 350	76 750
Стол в нескольких вариациях	15	8 500	127 500
Люстра Selene	5	2 800	14 000
Аксессуары		20 000	20 000
Внутренняя отделка зала			
Ламинат Quick Step Impressive Ultra IMU1848 Дубнатуральный	50 м ²	907	27 500
Декоративная панель в эко-стиле	20 м ²	40 000	40 000
Обои	6 рулонов	3 600	21 600
Аксессуары		50 000	50 000
Раковина с тумбой, Акватон МИРА Н 45	1	3 260	3 260
Унитаз, Rosa Стандарт Вн УНБ36	1	3 055	3 055

Продолжение Приложения П

Оборудование	Количество	Цена за шт. (руб.)	Итого цена (руб.)
Санузел			
Туалетный инвентарь	-	10 000	8 000
Итого			1 854 251

Приложение Р

План прибыли и убытков кофейни-кондитерской «TrendBakery»

Квартал Месяц показатель	1 квартал			2 квартал			3 квартал			4 квартал			Итог за 1-й год	Итог за 2-й год	Итог за 3-й год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Доходы от реализации (выручка)	525330	525330	525330	713 996	713 996	713 996	902 662	902 662	902 662	1091328	1091328	1091328	9 699948	13 504258	13774343
Расходы на сырье	150000	150000	150000	203 448	203 448	203 448	256 876	256 876	256 876	310 320	310 320	310 320	2 761932	4 186 425	4 270153
Расходы на аренду коммунальные платежи и Интернет	108800	108800	108800	108800	108800	108800	108800	108800	108800	108800	108800	108800	1 305600	1 320000	1 320000
Затраты на покупку оборудования	1854251												1 854 251		
Расходы на амортизацию	7337	7337	7337	7337	7337	7337	7337	7337	7337	7337	7337	7337	88044	88044	88044
Расходы на рекламу	42190	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	15000	207190	120000	120000
Непредвиденные расходы	10000		10000		10000		10000		10000		10000		60000	60000	60000
Фонд заработной платы наемных работников с учетом отчислений	192992	192992	192992	192992	192992	192992	192992	192992	192992	192992	192992	192992	2 315904	2 315904	2 315904
Прибыль до налогообложения	-1840240	-1789039	-1747838	-1561419	-1385000	-1198581	-886924	-565267	-253610	203269	446879	456879	1 107 027	5 413 885	5 600242
Налог на прибыль 15%										30490,35	67031,85	68531,85	166054,05	812082,75	840036,3
Чистая прибыль										172778,65	552625,8	940972,95	940972,95	4601802,25	4760205,7
Рентабельность проекта													9,7	34	34,5

График безубыточности кофейни-кондитерской «TrendBakery»

