МБОУ «Карагайская средняя общеобразовательная школа №1»

Исследовательски - прикладной проект

 Кофейня «Экспрессия»

Работу выполнила: Торопицына Полина Александровна, ученица 11 класса МБОУ «Карагайская СОШ №1»

с. Карагай -2023

Оглавление

[Введение 3](#_Toc129883568)

[1.1 Понятие и сущность бизнес-плана 5](#_Toc129883569)

[1.2 Этапы разработки бизнес-плана 8](#_Toc129883570)

[Заключение 15](#_Toc129883571)

[Список использованной литературы 16](#_Toc129883572)

[Приложение 1 17](#_Toc129883573)

[Приложение 2 18](#_Toc129883574)

[2.1 Резюме 18](#_Toc129883575)

[2.2 Сбор и анализ данных (характеристика потребителей путём анкетирования) 18](#_Toc129883576)

[2.3 Изучение каналов сбыта и цен на продукцию 19](#_Toc129883577)

[2.4 План производства 21](#_Toc129883578)

[2.5 Организационный план 22](#_Toc129883579)

[2.6 Финансовый план 23](#_Toc129883580)

[2.7 Рекламная стратегия 25](#_Toc129883581)

[2.8 Анализ рисков проекта 25](#_Toc129883582)

[Заключение 28](#_Toc129883583)

#  Введение

Актуальность темы исследования: начиная новый бизнес, главный вопрос, который интересует предпринимателей это потребности рынка. Сами потребности со временем изменяются и это динамическое положения на рынке необходимо учитывать при разработке новых товаров и финансирования его производства. Проще говоря, перед как вкладываться в ту или иную деятельность по производству товаров необходимо ответит на вопрос: стоит ли вкладывать в него деньги и свои усилия? Инструментом решения этой проблемы служит бизнес-план. Его разработка позволяет наглядно посмотреть на потребности рынка, будет ли тот или иной продукт пользоваться спросом.

Цель-бизнес плана - это получение кредита или привлечения инвесторов, или определить направление и ориентиры на рынке. При этом предусматривается постановка следующих стратегических и тактических задач:

1) организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка сегодняшнего состояния предприятия;

2) выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности предприятия с акцентированием внимания, как на сильных, так и на слабых сторонах;

3) формирование инвестиционно-проектных целей этой деятельности на планируемый период.

Процесс бизнес-планирования – это последовательное изложение системы реализации проекта, т.е. тех ключевых моментов бизнеса, которые, во-первых, могут быть проверены, причем не только экономистами-профессионалами, но и инвесторами, решающими, в какой бизнес вложить определенную сумму собственных денег, во-вторых, аргументированно убедить инвестора или партнера в выгодности данного бизнеса и необходимости участия в нем или, напротив, предостеречь от вложения денег из-за слишком большого и неоправданного риска.

Цель данной работы – разработка бизнес-плана по организации работы кофейни.

Объект исследования – кофейня.

Предмет исследования – бизнес-планирование открытия нового предприятия.

Задачи работы:

1.Рассмотреть теоретические аспекты бизнес-планирования;

2.Представить данные для разработки бизнес-плана кофейни;

3.Рассчитать показатели эффективности от организации работы кофейни.

Методами исследования являются: методы анализа и синтеза, методы дедукции и индукции, табличный метод, графический метод и т. д. Проведя анкетирование я выяснила, кофейня в с.Карагай будет востребована. (приложение1)

В процессе подготовки работы были использованы учебные пособия ведущих отечественных и зарубежных специалистов по бизнес-планированию и управлению торговым предприятием; результаты маркетинговых исследований; статьи в специализированных журналах, посвященных розничной торговле, а также ресурсы Интернет.

1. Теоретические аспекты бизнес-планирования

# 1.1 Понятие и сущность бизнес-плана

Целью составления бизнес-плана является эффективное управление и планирование бизнеса и представляется одним из основных инструментов управления предприятием, которые определяют эффективность его деятельности.

В ходе создания бизнес-плана должны быть соблюдены основополагающие принципы планирования: необходимости; непрерывности; эластичности и гибкости; точности и детализации; экономичности; оптимальности; вариантности; стабильности [5, с. 186].

В процессе планирования дополнительно к перечисленным базовым принципам обычно учитывают и общеэкономические принципы, такие как научность, приоритетность, динамичность, директивность, эффективность и др.

В России предпринимателями, обычно, бизнес-планы составляются для того, чтобы получить финансирование проекта. В период экономического кризиса, связанного с переходным периодом страны задачами бизнес-плана предприятия должны быть: улучшение его финансового состояния или его финансовое оздоровление (санация).

Новые предприятия должны обязательно разрабатывать бизнес-план, поскольку он помогает мобилизации капитала или получению кредита [2, с. 116].

В хорошо разработанном бизнес-плане должно быть раскрыто содержание всех сложных вопросов планирования проекта и просчитаны не только финансы предприятия на перспективу, но и произведено предсказание развития ситуации по проекту, а именно то:

– как будет происходить развитие производства;

– как будет происходить реализация товара или услуги;

– что может принести реализация данной идеи в будущем.

Бизнес-план несет в себе выполнение 3 функций:

1. Стратегической (оказывает помощь в процессе разработки стратегии бизнеса, что является особо важным, когда создается новая компания или определяются новые бизнес-направления);

2. Инвестиционной (помогает определению оптимальных источников и объема внешних инвестиций, поиску потенциальных инвесторов);

3. Функции планирования (позволяет произвести оценку перспектив развития бизнеса и разработку комплекса конкретных мероприятий в их достижении) [9, с. 138].

Таким образом, бизнес-план является:

– кратким, точным, доступным и понятным описанием предполагаемого бизнеса;

– рабочим инструментом предпринимателя для того, чтобы организовать свою работу, который позволяет произвести выбор наиболее перспективных решений и определение средств в их достижении;

– развернутой программой (рационально организованными мерами, действиями) осуществления бизнес-проекта, в котором предусматривается оценка расходов и доходов;

– документом, в котором характеризуется содержание основных сторон деятельности и развития предприятия и определяется степень его жизнеспособности и будущая устойчивость;

– результатом исследования и обоснования конкретного направления деятельности фирмы в рамках определенного рынка как система количественных и качественных показателей развития;

– системой доказательств, убеждающей инвестора в том, что проект выгодный;

– прогнозом, оценкой и мерой предупреждения рисков предпринимательской деятельности;

– развитием перспективного (стратегического) взгляда на организацию и ее рабочую среду, при получении ценного опыта планирования [1, с. 187].

Бизнес-план позволяет показать то, насколько выгоден предполагаемый проект и способствует привлечению возможных контрагентов, потенциальных финансовых партнеров. Он способен привести доводы для убеждения инвесторов в нахождении привлекательных возможностей развития производства, позволяющих приводить к успешному осуществлению намеченного, и что предприятие обладает эффективной, реалистичной и последовательной программой по осуществлению целей и задач проекта. Инвестор готов вложить свои средства только в тот проект, в котором почти вероятно гарантируется максимальная прибыль.

Таким образом, бизнес-план является:

– кратким, точным, доступным и понятным описанием предполагаемого бизнеса;

– рабочим инструментом предпринимателя для того, чтобы организовать свою работу, который позволяет произвести выбор наиболее перспективных решений и определение средств в их достижении;

– развернутой программой (рационально организованными мерами, действиями) осуществления бизнес-проекта, в котором предусматривается оценка расходов и доходов;

– документом, в котором характеризуется содержание основных сторон деятельности и развития предприятия и определяется степень его жизнеспособности и будущая устойчивость;

– результатом исследования и обоснования конкретного направления деятельности фирмы в рамках определенного рынка как система количественных и качественных показателей развития;

– системой доказательств, убеждающей инвестора в том, что проект выгодный;

– прогнозом, оценкой и мерой вероятности риска.

# 1.2 Этапы разработки бизнес-плана

Структура бизнес-плана, или содержание его основных разделов, являются одинаковыми и для обоих вариантов представления бизнес-плана – таких как краткое резюме или развернутый и всесторонний вариант. Разницу между ними составляет только объем информации – в резюме, по сравнению с полным вариантом содержится только основная информация и выводы [13, с. 110].

На структуру бизнес-плана оказывает влияние цель его написания, то есть то, для чего он создается – для того, чтобы получить кредит в банке, привлечь инвесторов или партнеров, предварительно оценить инвестиционный проект, провести презентацию инвестиционного проекта или для того, чтобы провести внутрифирменное планирование [7, с. 188].

Определенные случаи содержат изменения некоторых разделов, которые выражаются в более детальном их рассмотрении, или в отсутствии к ним особого внимания.

Основными разделами, которые входят в содержание типовой структуры бизнес-плана инвестиционного проекта, является наличие следующих элементов:

• титульная страница;

• резюме проекта;

• характеристика компании (для действующего предприятия);

• характеристика продукта или услуги;

• план маркетинга;

• план производства;

• организационный план;

• финансовый план;

• анализа рисков проекта;

• приложения к бизнес-плану.

1. На титульной странице бизнес-плана содержится название компании, наличие ее юридического и фактического адресов, телефонов, e-mail и адреса сайта (если есть), наименования и полные реквизиты собственников компании, наименования и очень краткой (в одном предложении) – сути проекта, информации об исполнителях проекта и даты его составления.

2. Резюме проекта состоит из основных положений, сути, «выжимки» из проекта, его основных выводов.

Цель резюме состоит в том, чтобы инвестор обратил внимание на данный Бизнес-план и более подробно с ним ознакомился. Резюме проекта в структуре бизнес-плана занимает обычно 2-3 страницы текста, составленного при помощи простых слов, исключая использование терминологии и при использовании простых предложений. В резюме должна быть показана для инвестора выгодность и перспективность вложений в реализацию данного инвестиционного проекта [4, с. 76].

3. В характеристике компании, являющейся автором инвестиционного проекта содержится наличие основной информации о компании, предлагающей реализацию данного инвестиционного проекта: ее полных реквизитов, информации об учредителях и наименовании их реквизитов, целях компании, сведений о руководстве, истории компании, достижений, организационной структуры, основных продуктах, и места компании на рынке.

4. В характеристике продукта или услуги отмечается информация о продукте или услуге, его основные характеристики, основные потребители, потребительские свойства товара, отличия от существующих аналогов, информация о патентах и лицензиях.

5. В маркетинговом анализе содержится информация о том, какие товары имеются на рынке, продукция конкурентов, сравнение характеристик и потребительских качеств товаров конкурентов и предлагаемого продукта, информация о наименовании конкурентов и их реквизитов, цен конкурентов и их стратегии продвижения товаров [1, с. 77].

Маркетинговый анализ является самым первым и очень важным этапом в процессе написания бизнес-плана. Важнейший раздел маркетингового анализа состоит в определении объемов рынка сбыта продукции, доли рынка конкурентов, определении мотивации покупателей к принятию решения о покупке.

Основная задача данного раздела бизнес-плана состоит в том, чтобы получить ответы на вопросы: какое количество, и какого именно товара требует рынок, по какой цене и причины спроса именно на этот продукт потребителей. Данный раздел должен содержать наличие анализа состояния и тенденций развития отрасли, средней прибыльности и объемов производства предприятий отрасли, степени развития конкуренции и барьеров вхождения в нее [3, с. 54].

6. В стратегии продвижения товара основной момент состоит в определении рыночной ниши, то есть того, какой именно и для каких категорий потребителей предназначен товар, наличие количественного и качественного анализа потребителей, их расположения, при помощи каких именно методов и каналов сбыта предлагается производить реализацию товара или услуги. Необходимо привести информацию о стратегии рекламирования продукта или услуги, затратах на маркетинг, ценообразования, политики при работе с покупателями. Данный раздел бизнес-плана зачастую выступает как его самое слабое место, и неопытный разработчик бизнес-плана может его плохо проработать.

7. Производство – в случае описания производственного предприятия, в данном разделе бизнес-плана указывается выбранная технология производства, мотивация ее выбора, описываются основные технологические процессы предприятия, схема его работы, расстановка оборудования. В случае предполагаемой реконструкции или строительства, приводят технические решения, описание их технико-экономического обоснования и расчетов затрат на проведение реконструкции или строительства [11, с. 224].

Также приводится расчет потребностей в материалах и сырье на производство продукции, затрат на их закупку, динамика цен, анализ поставщиков, затраты на обслуживание и плановые ремонты оборудования. В случае, потребности в силу специфики производства, указывается наличие информации о необходимом приобретении лицензий и прочих разрешений и согласований, требований по технике безопасности труда.

При разработке инвестиционного проекта строительного или сервисного предприятия производится отражение также информации о подрядчиках, приводят их характеристику и реквизиты.

8. План по персоналу – данный раздел бизнес-плана содержит информацию о потребности в персонале, требуемое количество и квалификация, результаты анализа рынка труда по каждой позиции работников, расчет затрат на оплату труда персонала, его социальное обеспечение, методы стимулирования и обучение.

9. В организационную структуру и управление входит схема организационной структуры управления предприятием, информация количественного и качественного состава подразделений предприятия, требований к его квалификации, расчеты затрат на оплату труда, социальное обеспечение и стимулирование труда управляющего персонала [12, с. 51].

В случае проведения реорганизации или при вновь создаваемом предприятии указывается форма собственности предприятия, его основные или предполагаемые акционеры, их реквизиты, доля в капитале предприятия, процессы принятия решений и принципы управления.

10. Финансовый план является самой интересной частью бизнес-плана с точки зрения финансовой практики, в нем указываются необходимые финансовые ресурсы для того, чтобы реализовать инвестиционный проект и в какие периоды времени, а также отдача от проекта, учитывая заданные исходные данные и верность выводов маркетингового исследования. Финансовый план содержит наличие рассчитанных всех денежных потоков предприятия – затрат, выручки от реализации, налогов и прибыли.

11. Анализ рисков проекта содержит описание возможных рисков проекта и их характеристику, а также стратегию их минимизации.

12. Приложения к бизнес-плану представляются документами, на базе которых составлялся бизнес-план: наличие данных маркетинговых исследований, спецификаций и подробных описаний продуктов, развернутых характеристик конкурентов и их продуктов, копий рекламных материалов, прайс–листов, каталогов, писем от покупателей и заказчиков, контрактов, резюме руководителей проекта и подразделений предприятия, заключений экспертов и прочих документов.

Приведем характеристику основных этапов разработки бизнес-плана предприятия, содержанием которых является следующее:

На подготовительном (организационном) этапе происходит определение целей создания документа, его назначения, сроков, ответственных исполнителей разделов, необходимости привлечения специалистов из других организаций, графика работы, бюджета.

Первый этап может быть разбит на 4 шага (см. таблицу 1.1).

Таблица 1.1

Составляющие первого этапа составления бизнес-плана

|  |  |
| --- | --- |
| Шаги  | Цели и пояснения  |
| Определить цель написания БП. | – получить заемные средства из разных источников;– создать внутреннюю убежденность в том, что данный проект необходим;– прорекламировать проект;–провести независимую экспертизу проекта сторонними специалистами |
| Определить источники информации. | Вся информация для разработки бизнес–плана может быть сгруппирована в две группы данных: первичной и вторичной информации.Первичной информацией является информация, которая была собрана впервые для данного исследования. К вторичной информации можно отнести информацию, уже где–то существующую, которая была собрана ранее для других целей. В ходе выбора источников информации важными представляются два момента: то, с какой целью пишется план и каким будет бюджет бизнес – планирования. |
| Точно определить целевых читателей. | Бизнес-план является документом, который разрабатывается для целевых читателей, которые очень часто состоят из специалистов узкого профиля (банков, инвестиционных компаний, индивидуальных инвесторов, потребителей, органов государственной власти, общественных организаций). Для работы с каждым из целевых читателей требуется использование особого стиля написания, специфического понятийного аппарата, выбора методики расчета показателей. |
| Установить общую структуру документа.  | Разбиение собранной и проработанной информации по разделам бизнес–плана |

Следующим этапом является этап разработки плана по разделам, их компоновки и сведения в единый взаимосвязанный документ. Данный этап также может быть разбит на два шага:

Шаг первый. Собрать информацию.

Перед тем как составлять бизнес-план, требуется сбор всей исходной информации. Обладая необходимой информацией, руководитель бизнес – проекта предвещая составление делового плана, может провести оценку жизнеспособности самой концепции нового проекта [2, с. 223].

Финансовые показатели, позволяющие произвести оценку жизнеспособности предприятия, делятся на следующие группы:

1) прогноза доходов и расходов на первые 2 года;

2) прогноза денежной наличности за тот же период;

3) балансового отчета фирмы на текущий момент и прогноза состояния активов и пассивов фирмы на год вперед (балансового плана).

В Балансовом отчете характеризуется финансовая ситуация фирмы на конкретный момент. В нем отражено наличие активов (то, чем предприятие владеет), пассивов (его долга) и средств, которые вложил владелец фирмы и его партнеры. Информация о балансовом отчете возможна только для действующих фирм.

Шаг второй. Непосредственное написание бизнес-плана.

Данный шаг рекомендуется выполнять при непосредственном участии будущих исполнителей бизнес-плана (инициаторов его написания).

Заключительный этап, на котором выполняют окончательную редакцию бизнес-плана, его утверждение у руководства предприятия и передачу всем заинтересованным организациям и лицам (акционерам, потенциальным инвесторам и др.) [14, с. 186].

Итак, бизнес-планирование является объективной оценкой собственной предпринимательской деятельности предприятия, фирмы и в то же время необходимым инструментом проектно-инвестиционных решений согласно потребностям рынка и сложившейся ситуации хозяйствования.

2. Разработка бизнес-плана открытие кофейни (приложение 2)

## Заключение

Бизнес-план – это основа будущего предприятия. Человека, который не пишет этот документ перед тем, как начать свой бизнес, можно охарактеризовать как гения или как авантюриста. Скорее второе. И с большой вероятностью можно сказать, что его затея провалится. В данной работе представлена организация работы в с. Карагай. Кофейный бизнес входит в первую десятку по торговому денежному обороту в мире. Ежедневно в мире потребляется более 1 миллиарда чашек кофе, и эта цифра неуклонно растет. В последнее время кофе становится все более популярным напитком в России, его уровень употребления населением все увеличивается. В связи с этим потребность в качественном кофе по доступной цене повышается. Эффективность данного проекта оценивается на основе расчетов показателей эффективности. В целом, все показатели эффективности организации работы кофейни в с. Карагай соответствуют рекомендованным параметрам. Таким образом, данный проект, благодаря низкому сроку окупаемости можно рекомендовать к реализации.

#

# Список использованной литературы

1.Бринк, И.Ю. Бизнес-план предприятия. Теория и практика / И.Ю.Бринк. – Ростов н/Д.: Феникс, 2016.

2.Буров, В.П. Бизнес-план фирмы: Теория и практика / В.П. Буров. – М.: ТАНДЭМ, 2018.

3.Бухорбаева, А.Т. Особенности и проблемы бизнес-планирования малого бизнеса / А.Т.Бухорбаева // Молодой ученый. – 2016. – № 12.

4.Голов, Р. С. Инвестиционное проектирование: учебник / Р.С.Голов, К. В. Балдин, И. И. Передеряев, А. В. Рукосуев. – М.: Дашков и Ко, 2017.

5.Голяков, С.М. Бизнес-планирование на малых и средних предприятиях / С.М.Голяков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2018. – № 4.

## [Приложение](file:///C%3A%5CUsers%5C%D0%9B%D0%B5%D0%BD%D0%B0%5CDownloads%5C%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82.docx) 1









## Приложение 2

## 2.1 Резюме

В качестве бизнес- плана предлагается разработка организации работы кофейни в с. Карагай.

Организационно-правовая форма- общество с ограниченной ответственностью.

Форма собственности- частная.

Цель проекта- открытие кофейни и получение прибыли от реализации данного проекта.

Основные финансовые результаты предлагаемого проекта:

- планируемый объем реализации услуг – 206300 тыс. рублей

- сроки окупаемости проекта – 12 месяцев

- рентабельность – 62%

## 2.2 Сбор и анализ данных (характеристика потребителей путём анкетирования)

1- любите ли вы кофе?

• Да – 76.7 %

• Нет – 23.3 %

2- какой любимый вид кофе?

• Капучино- 38.3 %

• Латте– 25 %

• Эспрессо– 11.7 %

• Американо- 10 %

• Другое- 15 %

3- нужны ли в кофейне помимо кофе другие напитки?

• Да – 83.3 %

• Нет- 16 %

4- нужна ли в кофейне выпечка?

• Да- 83.3 %

• Нет- 16.7 %

Таким образом, выяснила что

• 76.7 % опрошенных любят кофе

• Самым популярным кофе является капучино

• В кофейне к кофе нужны дополнения в виде выпечки

## 2.3 Изучение каналов сбыта и цен на продукцию

1 Американо 180 мл 55

2 Американо 250 мл 65

3 Американо 350 мл 95

4 Капучино 180 мл 55

5 Капучино 250 мл 65

6 Капучино 350 мл 95

7 Латте 180 мл 55

8 Латте 250 мл 65

9 Латте 350 мл 95

10 Раф- мокко 250 мл 70

11 Раф- мокко 350 мл 90

12 Топинг 20

13 Американо 180 мл в свой стаканчик 45

14 Американо 250 мл в свой стаканчик 55

15 Американо 350 мл в свой стаканчик 85

16 Капучино 180 мл в свой стаканчик 45

17 Капучино 250 мл в свой стаканчик 55

18 Капучино 350 мл в свой стаканчик 85

19 Латте 180 мл в свой стаканчик 45

20 Латте 250 мл в свой стаканчик 55

21 Латте 350 мл в свой стаканчик 85

22 Раф- мокко 250 мл в свой стаканчик 60

23 Раф- мокко 350 мл в свой стаканчик 80

24 Чизкейк 50

25 Тирамису 50

26 Круассан 35

27 Макарун 20

28 Эспрессо 30 мл 40

29 Эспрессо 60 мл 60

30 Матча латте 250 мл 60

31 Матча латте 350 мл 80

32 Эспрессо 30 мл в свой стаканчик 30

33 Эспрессо 60 мл в свой стаканчик 50

34 Матча латте 250 мл в свой стаканчик 50

35 Матча латте 350 мл в свой стаканчик 70

## 2.4 План производства

В таблице 2.1 приведен перечень оборудования для организации кофейни

Таблица 2.1

Оборудование для организации кофейни

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Оборудование  | Цена за штуку | Кол-во | Цена за все кол-во | Итог  |
| 1 | Барная стойка | 30000 | 1 | 30000 | 206300 |
| 2 | Барный стул | 1000 | 4 | 4000 |
| 3 | Столик  | 10000 | 1 | 10000 |
| 4 | Витрина  | 15000 | 1 | 15000 |
| 5 | Холодильная камера | 15000 | 1 | 15000 |
| 6 | Кофемашина  | 100000 | 1 | 100000 |
| 7 | Одноразовая посуда  | 1 | 2300 | 2300 |
| 8 | Фильтр для воды | 5000 | 1 | 5000 |
| 9 | Кофемолка  | 10000 | 1 | 10000 |
| 10 | Хоз. инвентарь |  |  | 15000 |

Таким образом, стоимость оборудования для организации кофейни составит 206300 тыс.руб.

В таблице 2.2 приведены обобщающие результаты общепроизводственных расходов.

Таблица 2.2

Расчет общепроизводственных расходов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименования  | Ед.измерения  | Стоимость в год |
| Аренда, включающая коммунальные услуги | Тыс.руб. | 21600 |
| Расход на оборудование  | Тыс.руб. | 206300 |
| Итог  |  | 422300 |

Таким образом, общепроизводственные расходы составляют 422300 тыс.руб.

## 2.5 Организационный план

В таблице 2.3 приведен расчет оплаты труда сотрудников кофейни.

Таблица 2.3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименования  | Кол-во человек | Планируемая заработная плата тыс.руб. |  ФОТ, тыс.руб. |
| Директор- бухгалтер | 1 | 30000 | 9000 |
| Баристо- уборщица | 2 | 50000 | 15100 |
| Итог  |  | 80000 | 24100 |

Таким образом, затраты на оплату труда сотрудникам кофейни составляют 80000

## 2.6 Финансовый план

Инвестиционный проект представляет собой документ, определяющий и обосновывающий необходимость осуществления реального инвестирования, в котором содержатся основные характеристики проекта и финансовые показатели, связанные с его реализацией.

Осуществление инвестиционных проектов, связанных с капитальными вложениями, требует серьезной предварительной проработки, так как связано с большим объемом инвестиционных ресурсов, привлекаемых как из внутренних, так и внешних источников финансирования.

В таблице 2.4 представлен финансовый план кофейни.

|  |  |
| --- | --- |
| Показатели  | 2023 |
| Остаток ден. средств на начало квартала, руб. | 277 935,6 |
| Выручка, руб. | 1 920 000 |
| Итого денежных средств | 1 920 000 |
| Оборудование | 261 300 |
| Продукты | 288 000 |
| Зарплата всего персонала, руб. | 600 000 |
| Отчисления во внебюджетные фонды , руб. | 181 200 |
| Аренда | 180 000 |
| маркетинг, продвижение | 12 000 |
| ИТОГО Затрат | 1 522 500 |
| Валовая прибыль | 843 000 |
| УСН (доходы) | 115 200 |
| Чистая прибыль | 727 800 |
| Остаток ден. средств на конец квартала, руб. | 727 800 |
| Итог прибыли | 1 483 790 |
| рентабельность | 62 % |

Собственники и менеджеры предприятия, а также инвесторы и кредиторы должны иметь четкое представление о стратегической концепции проекта, его масштабах, важнейших показателях маркетинговой, экономической и финансовой эффективности, объеме необходимых инвестиционных затрат, сроках их возврата и т.п.

Срок проекта (Y) = 1 года, Инвестиции (S) = 261 300 тыс. руб., Цена капитала R = 15 %

## 2.7 Рекламная стратегия

Прежде чем открывать кофейню, необходимо продумать концепцию развития и продвижения. Так как чем больше каналов задействовано, тем лучше. Основными способами продвижения на сегодня являются:

• Страничка в Instagram

• Реклама в социальных сетях

• Сайт кофейни

• Раздача листовок

## 2.8 Анализ рисков проекта

Под риском понимается опасность того, что цели, поставленные в проекте, могут быть недоступны полностью или частично.

Характер проекта как чего-то совершаемого в индивидуальном порядке, по существу, оставляет единственную возможность для оценки значений рисков – использование мнений экспертов.

Рассмотрим влияние возможных рисков на деятельность кофейни (табл. 2.5).

Таблица 2.5

Анализ возможных рисков проекта

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Возможные риски | Влияние на ожидаемую прибыль | Меры по снижению влияния риска |
| Экономические риски связаны с неплатежеспособностью потребителя, неустойчивостью спроса, снижения цен конкурентами. | Уменьшение дохода | Постоянная работа с клиентами, гибкая ценовая политика, повышение качественных параметров предоставляемых услуг |
| Возможные риски  | Влияние на ожидаемую прибыль  | Меры по снижению влияния риска |
| Финансовый риск  | Снижение дохода  | Основная мера по снижению риска заключается в разработке гибкой ценовой политики, целью которой является попадание в зону прибыльного функционирования. |

Для оценки рисков проекта был использован метод аналогии. Данный метод представляет собой разработку стратегии управления риском конкретного проекта на основе анализа базы данных о реализации аналогичных проектов и условий их реализации.

Исследование возможных рисков заключалось в обработке данных о конкурентах. По результатам проведенного исследования был составлен перечень основных рисков и их балльной оценки от 1 до 10 – таблице 2.6

Таблица 2.6

Оценка рисков проекта организации деятельности кофейни

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Фактор риска  | Последствия  | Оценка  |
| 1 | Повышение цен на сырье и материалы | Снижение уровня доходности услуг, что ведет к уменьшению объема продаж | 7 |
| 2 | Появление поблизости прямых конкурентов | Более равномерное распределение потока клиентов, уменьшение объемов продаж | 8 |
| 3 | Низкий показатель уровня профессионализма сотрудников кофейни | Неудовлетворенность покупателей, отток клиентов, плохая репутация | 5 |
| 4 | Неактуальность услуг | Замедление или остановка сбыта услуг, снижение стоимости, снижение показателей доходности бизнеса | 6 |
| 5 | Понижение спроса на услуги | Уменьшение объема оказания услуг, увеличение расходов на рекламные мероприятия | 7 |
| 6 | Задержка оказания услуг | Снижение интереса клиентов из-за скудности ассортимента. Необходимо принять меры по расширению ассортимента – например, за счет продажи выпечки | 8 |
| 7 | Возможность совершения кражи | Недостачи в выручке, снижение прибыли | 0 |

Как видно из таблицы 2.6, главными рисками при реализации данного проекта являются: появление новых конкурентов, понижение спроса на услуги кофейни.

Таким образом, для максимально результативного преодоления данных рисков необходимо заблаговременно проводить ряд следующих мероприятий, направленных на преодоление рисковых факторов:

- при понижении спроса на услуги возникает необходимость. проведения маркетинговых мероприятий и усиление пропаганды.