

Бизнес план Кофе-киоск



Астана 2018 г.

Оглавление

1. Резюме бизнес-плана.....	3
1.1. Сведения о проекте и компании-инициаторе	3
1.2. Цель составления бизнес-плана	3
1.3. Описание проекта и целесообразность его реализации.....	4
1.4. Финансовая оценка проекта	4
1.5. Структура финансирования.....	5
1.5.1 Условия привлечения финансирования	5
1.6. Состояние проекта.....	5
2. Описание услуги.....	6
2.1. Типы услуг и их основные характеристики.....	6
3. Сведения о рынке и конкурентах.....	7
3.1. Описание нынешних и потенциальных клиентов	7
3.3. Описание компаний-конкурентов.....	7
3.4. Маркетинговая стратегия	7
3.5. Основные барьеры и риски входа на рынок	8
3.6. Цена на услуги	8
3.7. Организация каналов сбыта.....	Ошибка! Закладка не определена.
3.7. SWOT-анализ положения компании на рынке	9
4. План реализации проекта.....	9
4.1. График реализации проекта.....	11
5. Описание требуемых ресурсов.....	11
5.1. Анализ расположения и инфраструктуры.....	11
5.2. Смета расходов на кредитные средства	11
5.3. Персонал.....	13
6. План производства	14
6.1. Список общих издержек	14
7. Финансовый план	15
7.1. Основные исходные данные, допущения и предпосылки, использованные для построения финансовых прогнозов	15
7.2. Показатели эффективности инвестиций	15
7.3. Отчёт о прибыли и убытках.....	Ошибка! Закладка не определена.
7.4. Отчёт о движении денежных средств.....	Ошибка! Закладка не определена.
7.5. Баланс	Ошибка! Закладка не определена.
7.6. Анализ безубыточности	Ошибка! Закладка не определена.
8. Заключение.....	16

1. Резюме бизнес-плана

1.1. Сведения о проекте и компании-инициаторе

Наименование проекта	Открытие кофе-киоска на территории парков
Тип проекта	Кредитное финансирование
Месторасположение проекта	г.Астана
Объем требуемых инвестиций	12 000 000
% ставка	6%
Срок кредитования	5 лет
Основные финансовые показатели проекта	
Срок окупаемости	7
NPV (ЧПД), тенге	84 690 167,33
PI (ИПП)	8,06
Наименование организации	
ФИО	
Адрес	
Телефон	

1.2. Цель составления бизнес-плана

Целью настоящего бизнес-плана является:

- 1.Привлечение инвестиций для открытия бизнеса.
- 2.Обосновать прибыльность и рентабельность инвестиционного проекта.
- 3.Получение прибыли для дальнейшего увеличения и расширения услуг.
- 4.Удовлетворение спроса на данные виды услуг.

1.3. Описание проекта и целесообразность его реализации

Настоящим бизнес-планом предусматривается открытие кофе-киоска, рассчитанного на самый широкий круг посетителей (средний класс и ниже). Такая концепция позволит привлечь в заведение максимальное число посетителей, которые любят кофе и еду на вынос.

С экономической точки зрения проект способствует:

- созданию рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- оказанию качественных услуг в области общественного питания;
- поступлению в бюджет г.Астаны налогов и других отчислений.

1.4. Финансовая оценка проекта

Прогнозные показатели эффективности инвестиций	Единицы измерения	Значения
Ставка дисконтирования	%	20,00
PВ (период окупаемости проекта)	мес.	6
DPВ (дисконтированный период окупаемости проекта)	мес.	7
NPV (чистый приведенный доход)	〒	84 690 167,33
IRR (внутренняя норма рентабельности, в процентах)	%	820,60
PI (индекс прибыльности проекта)		8,06
PF (потребность в финансировании)	〒	12 000 000,00
CD (дефицит денежных средств)	〒	0,00
Ставка дисконтирования	%	20,00

Как видно из приведенной таблицы – при ставке дисконтирования 20% проект является прибыльным и окупается за 7 месяцев. Индекс прибыльности имеет значение 8,06. Это свидетельствует о том, что на каждый 1 тенге, вложенный в проект, инвестор получит дополнительно 7,06 тенге.

1.5. Структура финансирования

Для осуществления проекта, необходимы инвестиции: приобретение киоска и оборудования, мебели и посуды. Сумма необходимых инвестиций – 12 000 000 тенге.

Инвестиционный план:

№	Наименование	Стоимость, тенге
1		
2		
3		
4		
5		
6		
Итого:		

1.6. Условия привлечения финансирования

Наименование	Размер финансирования, ₸	Ставка по кредиту, %	Дата привлечения	Дата погашения
Кредит	12 000 000,00	6,00	02.07.2018	30.06.2023

Инвестируемая сумма планируется к погашению в течение 60 месяцев. Компания рассчитывает на годовую ставку по кредиту в размере 6%.

1.7. Состояние проекта

Проект находится на стадии реализации, поскольку необходимые расчеты произведены, необходимо финансирование для заказа киоска.

2. Описание услуги

2.1. Типы услуг и их основные характеристики

Кофе-киоск предлагает ассортимент из кофе, чая, кондитерских изделий и выпечки. Предприниматель ставит достаточно низкие цены на кондитерские изделия и выпечку для привлечения большего потока клиентов.

Ниже представлен ассортимент предлагаемой продукции:

№	Наименование	Стоимость, тенге
Кофе		
1	Американо	
2	Глясе	
3	Эспрессо	
4	Капучино	
5	Макиато	
6	Латте	
7	Моночино	
8	Кофе по-турецки	
9	Кофе по-ирландски	
Чай		
10	Чай черный	
11	Чай фруктовый	
12	Чай с молоком	
Кондитерские изделия		
13	Пирожное бисквитное	
14	Пирожное Медовое	
15	Капкейк	
16	Сочник с творогом	
17	Творожник	
Выпечка		
18	Самса с курицей	
19	Самса с мясом	

3. Сведения о рынке и конкурентах

3.1. Описание нынешних и потенциальных клиентов

Потенциальные клиенты являются население г.Астаны. По данному проекту кофе-киоск будет располагаться на территории парка Арай на левом берегу г.Астаны. Парк окружен жилыми комплексами, густонаселенный район. Проходимость имеется. Увеличивает поток клиентов будут умеренные цены, который поставил предприниматель на перечень своей продукции.

3.3. Описание рынка

Бизнес «кофе на вынос» фактически представляет собой торговую точку, основной услугой которой является приготовление натурального кофе в пластиковом стаканчике. Благодаря такой подаче клиент получает возможность пить кофе на ходу, по дороге на учебу/работу/домой.

На сегодняшний день этот вид бизнеса очень популярен и представлен в виде нескольких форматов:

- Кофейные ларьки. Располагаются вблизи остановок, станций метро, университетов.
- Стойка в торговом центре или в бизнес-центре. За счет большой проходимости в одном ТЦ может располагаться даже несколько подобных торговых точек.

Ассортимент торговой точки должен быть достаточно разнообразным: от простого эспрессо до фирменных напитков с сиропами и топпингами. Как правило, линейка продуктов включает в себя несколько кофейных хитов — на них в первую очередь падает выбор покупателя, а также сезонные напитки — кофе с добавками, чай, безалкогольные коктейли. Опыт некоторых торговых точек показывает, что 90% выручки приходится на «классические» напитки: эспрессо, американо, капучино, латте.

Кроме того, во многих киосках клиенту дополнительно предлагается что-нибудь из закусок. Сэндвичи, пончики, кексы, печенье — все это заказывается отдельно, так как у торговой точки отсутствует разрешение на приготовление продуктов питания.

3.4. Маркетинговая стратегия

Основная задача маркетинговых мероприятий это занятие устойчивой позиции на рынке. В данной связи в рамках реализации проекта предполагаются следующие меры устойчивого позиционирования на рынке и организации наращивания клиентской базы в компании:

- Наружная вывеска, яркая подсветка.
- Акции на кофе.
- Накопительная карта для постоянных клиентов.

Маркетинговая стратегия заключается в организации сбыта оказываемых услуг. Цель – доступность для любых слоев населения. Сегментация маркетинга ориентирована на удовлетворение спроса клиентов с различными доходами (средними, низесредними).

3.5. Основные барьеры и риски входа на рынок

Ключевыми барьерами входа на рынок в рамках реализации проекта выдвигаются следующие:

- Доступ к источникам финансирования.
- Долгосрочные контракты и деловые связи.
- Активный маркетинг
- Административные барьеры

3.6. Цена на услуги

В своей политике ценообразования компания нацелена на оптимальное сочетание цены и качества – как приоритетов проекта.

Цена продукции определена на основе расчета, включающего в себя покрытие всех текущих издержек предприятия и процент ожидаемой прибыли.

Перечень производимых товаров.

№	Наименование	Стоимость, тенге
Кофе		
1	Американо	
2	Глясе	
3	Эспрессо	
4	Капучино	
5	Макиато	
6	Латте	
7	Моночино	
8	Кофе по-турецки	
9	Кофе по-ирландски	
Чай		
10	Чай черный	
11	Чай фруктовый	

12	Чай с молоком	
Кондитерские изделия		
13	Пирожное бисквитное	
14	Пирожное Медовое	
15	Капкейк	
16	Сочник с творогом	
17	Творожник	
Выпечка		
18	Самса с курицей	200
19	Самса с мясом	300

3.7. SWOT-анализ положения компании на рынке

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Налаженные связи с поставщиками сырья и материалов;</p> <p>Выгодное месторасположение будущего кофе-киоска;</p> <p>Интерьер, дизайн помещения;</p> <p>Незначительная средняя продолжительность обслуживания посетителей в минутах (несколько минут);</p> <p>Чистая ухоженная озелененная прилегающая территория, в ночное время освещенная улица;</p> <p>Устойчивый спрос на предлагаемые услуги и его дальнейший рост;</p> <p>Осуществление проекта благоприятно отразится на имидже его участников.</p>	<p>Дороговизна рекламных средств;</p> <p>Еще не сформировавшийся имидж кофе-киоска.</p>
Возможности	Угрозы
<p>Расширение ассортимента предлагаемых блюд;</p> <p>Географическое расширение рынков сбыта;</p> <p>Ненасыщенность рынка;</p> <p>Создание локального бренда;</p> <p>Увеличение прироста населения;</p>	<p>Активная рекламная кампания конкурентов и появление новых конкурентов;</p> <p>Девальвация тенге;</p> <p>Падение покупательской способности клиентов;</p> <p>Низкий уровень культуры потенциальных клиентов (проезжающие);</p> <p>Изменение вкусов и потребностей</p>

	клиентов. Высокая инфляция, рост налогов; Ужесточение государственного регулирующего регулирования деятельности организаций общественного питания.
--	--

4.Риски

Создание проекта и его реализация происходят при определенных условиях окружающей политической, социальной и экономической обстановки, которые могут создать дополнительные риски для деятельности предприятия. И эти риски не всегда контролируются предпринимателями.

1. Технические риски. Предприятие в процессе реализации проекта создает необходимую техническую базу, инфраструктуру и помещение. Сотрудники предприятия имеют как теоретические знания, так и практический опыт в данном виде деятельности. Кроме того, необходимо учитывать, что при формировании доходной части разработчики исходили из самых пессимистических условий объемов продаж и цен реализации продукции и услуг.

2. Экономические риски. Казахстан является экономически и политически стабильным государством. Внешняя политика Казахстана, основанная на принципах многовекторности – залог укрепления стабильности. В этой связи экономические и политические риски сведены к минимуму.

3. Финансовые риски. Причинами возникновения данного риска являются различные валюты поступлений и кредита, рост цен по контрактам, неоправданность оптимистических цен при расчетах, отсутствие маркетингового исследования, отсутствие «запаса» прочности по цене, расчеты без учета инфляционных процессов. Кроме того, на увеличение финансовых рисков значительное влияние оказывает нерациональное использование средств, отсутствие оптимизации налогового бремени, слабой сбытовой деятельности. Принимая во внимание перечисленные угрозы, предприятие уделяет пристальное внимание вопросам финансового планирования и контроля. Сильная аналитическая база поможет оперативному принятию управленческих решений и снизит вышеуказанные риски.

4. Маркетинговые риски. Основными причинами возникновения таких рисков являются: отсутствие маркетингового исследования; неверный выбор направления развития выбранной деятельности; отсутствие опыта по

реализации продукции; отсутствие программы сбыта; не учтены особенности торговой политики конкурентов.

В отношении инициатора проекта можно отметить следующее: предприятие четко определяет для себя положение дел на данном рынке. Предлагаемая предприятием продукция является востребованной и, а ее стоимость ориентирована на рынок. С учетом роста городов и потребностью в качественных и всегда доступных товарах перспективы развития представленного проекта весьма устойчивы.

5. План реализации проекта

5.1. График реализации проекта

№	Этап	Дата начала
1	Подготовка документов для финансирования	1 месяц
2	Получение финансирования	1 месяц
3	Заказ кофе-киоска	1 месяц
4	Покупка оборудования и мебели	1 месяц
5	Подбор персонала	1 месяц
4	Начало продаж	1 месяц

6. Описание требуемых ресурсов

6.1. Анализ расположения и инфраструктуры

Планируемое кофе-киоск будет размещен на территории парка Арай Есильского района в г.Астане.

Данная конструкция будет изготовлена поставщиком. В проекте будут все необходимые коммуникационная структура для обслуживания клиентов.

Стоимость приобретаемого киоска в количестве 2 единиц составляет 4 000 000 тенге.

6.2. Смета расходов на кредитные средства

№	Наименование	Кол-во	Стоимость, тенге
Помещение			
1	Кофе киоск		

Ремонт			
2	Внутренняя отделка		
Оборудование			
3	Холодильная витрина		
4	Кофе-машина		
5	Кассовый аппарат		
6	Смягчитель воды		
7	Микроволновая печь		
8	Фильтр для воды		
9	Чайник		
Первоначальный закуп продуктов			
10	Кофейные стаканы		
11	Стаканы для чая		
12	Крышки для стаканов		
13	Ложки одноразовые		
14	Трубочки соломки		
15	Сахар стикер		
16	Кофе сырье		
17	Молоко		
18	Сливки		
19	Чай		
20	Покупка посуды		
Документация			
21	Сбор и обработка необходимых документов для разрешения на открытие данного проекта		

Итого:		
---------------	--	--

Необходимая сумма инвестиции составляет 12 000 000 тенге. Данные расходы будут покрыты за счет кредитных средств.

6.3. Персонал

В планируемое штатное расписание будут входить:

Наименование	Количество	Оклад	Итого, тенге
Управляющий			
Пекарь-кондитер (смена)			
Продавец			
Итого			380 000

К персоналу будут предъявляться следующие требования:

1. Обязательный дресс-код коллектива (фирменная одежда);
2. Вежливое отношение с клиентами бара;
3. Четкое соблюдение режима работы.

Чтобы исключить возможность и соблазн кражи выручки персоналом заведения, планируется:

1. Установить видео наблюдение;
2. Разработать систему мотивации персонала заведения. Например, выдавать премию сотруднику за высокие показатели выручки.

7. План производства

7.1. Объем оказываемых услуг на две торговые точки

№	Наименование товара	Средняя стоимость, тенге	Себестоимость (затраты на сырье)	Объем сбыта за день на 2 торговые точки	Общая сумма за 30 дней
1	Кофе				
2	Напитки				
3	Кондитерские изделия				
4	Выпечка				
Итого за месяц					

Примечание:

Сезонность не учитывалась, т.к. в зимнее время будет уклон на горячие напитки. Предприниматель учитывает также выгодное расположение торговых точек, где будет установлены киоски.

7.2. Список общих издержек

Постоянные ежемесячные расходы бара представлены в следующей таблице

№	Наименование расходов	Сумма, в тенге
1.	Аренда	
2.	Ком.услуги	
3.	Реклама	
4.	Закуп	
5.	Прочие расходы	
ИТОГО		

8. Финансовый план

8.1. Основные исходные данные, допущения и предпосылки, использованные для построения финансовых прогнозов

Наименование налога	Ставка налога, %	Период налогообложения
НДС	12	мес.
Налог на прибыль	3	полугодовая.
ОПВ	10	мес.
ИПН	10	мес.
СО	3,5	мес.
ОСМС	1,5	мес.

8.2. Показатели эффективности инвестиций

Прогнозные показатели эффективности инвестиций	Единицы измерения	Значения
Ставка дисконтирования	%	20,00
PВ (период окупаемости проекта)	мес.	6
DPВ (дисконтированный период окупаемости проекта)	мес.	7
NPV (чистый приведенный доход)	₹	84 690 167,33
IRR (внутренняя норма рентабельности, в процентах)	%	820,60
PI (индекс прибыльности проекта)		8,06
PF (потребность в финансировании)	₹	12 000 000,00
CD (дефицит денежных средств)	₹	0,00
Ставка дисконтирования	%	20,00

9. Заключение

Проведенное исследование показало, что такой вид бизнеса, как создание кофе-киоска является прибыльным и перспективным. Одними из главных условий его функционирования является наличие подходящего местоположения, высококвалифицированного персонала, а также проведение грамотной работы по формированию индивидуальной и грамотной концепции позиционирования предприятия на рынке, что связано с объективными экономическо- финансовыми условиями функционирования предприятия на рынке.