# Содержание

# Резюме

# Описание продукта, работ, услуг

# Описание компании

# Описание конкурентов

# Стратегия маркетинга

# Оценка рынка потребителей

# План производства

# Оценка рисков и страхование

# Организационный план

# Финансовый план

# Выводы

# Список использованной литературы

# Резюме

Планирование является нормой любой предпринимательской деятельности. С развитием рынка необходимость в бизнес-планах стала настолько очевидной, что уже в настоящее время их применение становится обязательным.

Бизнес-план выступает как объективная оценка собственной предпринимательской деятельности предприятия и в тоже время необходимый инструмент проектно - инвестиционных решений в соответствии с потребностями рынка. В нем характеризуются основные аспекты коммерческого предприятия, анализируются проблемы, с которыми оно столкнется, и определяются способы их решения. Следовательно, бизнес-план - одновременно поисковая, научно - исследовательская и проектная работа.

Я считаю, что не будет преувеличением назвать бизнес-план основой управления не только коммерческим проектом, но и самим предприятием. Благодаря бизнес - плану у руководства появляется возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны. Сам процесс разработки бизнес - плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет мобилизоваться. Целью бизнес - плана может быть получение кредита, или привлечение инвестиций, определение стратегических и тактических ориентиров фирмы и др.

Бизнес -план предусматривает решение стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием, независимо от его функциональной ориентации:

* организационно - управленческая и финансово - экономическая оценка состояния предприятия;
* выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности, анализ сильных и слабых его сторон;
* формирование инвестиционных целей на планируемый период.

Бизнес - план дает объективное представление о возможностях развития производства, способах продвижения товара на рынок, ценах, возможные прибыли, основных финансово - экономических результатах деятельности предприятия, определяет зоны риска, предлагает пути их снижения. Бизнес - план используется независимо от сферы деятельности, масштабов, собственности и организационно - правовой формы компании. В нем решаются как внутренние задачи, связанные с управлением предприятием, так и внешние, обусловленные установлением контактов и взаимоотношений с другими фирмами и организациями.

Заказчиком бизнес - плана являются юридические и физические лица, осуществляющие предпринимательскую и инвестиционную деятельность, условия и результаты которой анализируются и прогнозируются в бизнес - плане. Разработчиками бизнес - плана выступают фирмы, специализирующиеся в области маркетинговой деятельности, проектирования, авторские коллективы, отдельные авторы. При необходимости привлекаются консалтинговые фирмы и эксперты.

При разработки бизнес - плана подлежат взаимному учету интересы всех участвующих сторон:

* заказчика (клиента) бизнес - плана, являющегося самостоятельным инвестором и использующего привлеченный капитал посредством акционирования, займ, выпуска облигаций и т.п;
* муниципальных органов, определяющих потребности и приоритеты в строительстве объектов в соответствии с общей концепцией развития, формирующих проектное задание, рассматривающих заявки и оформляющих соответствующие документы (например, землеотводные), планирующих налоговые поступления в бюджет, участвующих в надзоре за реализацией;
* подрядных фирм, детализирующих концепцию бизнес - плана, осуществляющих технические изыскания, проектирование, составление сметной документации, авторский надзор за строительством, монтажом оборудования, запуском теологического процесса и т.п., сдачу объекта заказчику;
* потребителя, использующего продукцию или услуги.

Данный бизнес план составляется как разработка модели развития интернет-кафе.

Интернет-кафе "V Seti", в отличие от обычного кафе, представляет собой уникальное место для общения и развлечений в сети Интернет. Это кафе появилось как ответ на веление времени. Публика хочет 1) иметь доступ к средствам коммуникации и источникам информации, существующим в сети Интернет, и 2) иметь возможность обмениваться впечатлениями со своими друзьями и коллегами.

Цель данного бизнес-плана — разработка модели развития интернет кафе. В настоящее время компания получила средства из четырех источников: 1) 2,4 млн. руб. из Фонда поддержки малого бизнеса Хабаровска, 2) 1,4 млн. руб. инвестиций от учредителя, 3) 3,6 млн. руб. от трех инвесторов, и 4) 2,36 млн. руб. в виде краткосрочных займов.

Компания V Seti является обществом с ограниченной ответственностью. Ее владельцами являются учредитель и три внешних инвестора. Эти инвесторы являются акционерами, а значит, рискуют только своими личными инвестициями в размере 1,2 млн. руб. каждый.

Финансирование, полученное от владельца, акционеров и Фонда поддержки малого бизнеса Хабаровска обеспечит успешное открытие компании и ее функционирование в течение первого года. Крупные инвестиции позволят компании V Seti открыть полноценное Интернет-кафе. Уникальное современное оборудование даст возможность создать уютную атмосферу для посетителей кафе. В течение первого года кафе V Seti создаст постоянный контингент посетителей, обеспечив себе достаточную базу для работы в течение второго года.

На ближайшие три года компания установила следующие цели.

· Создать уникальную современную обстановку, отличающую кафе V Seti от других местных кафе.

· Расширить контингент посетителей с помощью образовательных программ.

· Обеспечить посетителям Интернет-кафе возможность для максимально комфортного общения.

· Поддерживать разумные цены на кофе и кондитерские изделия.

· Обеспечить широкий выход в Интернет и доступ к другим интерактивным услугам.

# 

# Описание продукта, работ, услуг

Популярность сети Интернет растет со скоростью геометрической прогрессии. Те, кто испытал современную скорость передачи информации по сети, может оценить прелесть путешествий по Web-сайтам. Тем, кто еще никогда не работал в сети Интернет, нужна приятная и благожелательная атмосфера, в которой они могли бы осваивать новые технологии. Компания V Seti стремится предоставить своим клиентам неограниченный доступ к сети Интернет и обеспечить качественную поддержку их работы и обучения.

Успех компании V Seti обеспечивают следующие факторы.

· Создание уникальной, творческой и уютной обстановки, отличающей Интернет-кафе V Seti от обычных кафе и будущих аналогов.

· Создание на основе посетителей Интернет-кафе особой общности людей, объединенных одинаковыми интересами и увлечениями.

· Создание атмосферы, которая не отталкивала бы новичков. Интернет-кафе V Seti позиционирует себя как образовательный центр для людей, желающих научиться работать с сетью Интернет.

· Прекрасный кофе и вкусные кондитерские изделия.

Компания V Seti обеспечивает своим клиентам полный доступ к сети Интернет, предоставляя им популярные компьютерные программы и современное оборудование. В частности, Интернет-кафе оказывает своим посетителям следующие услуги.

· Доступ к внешним почтовым ящикам электронной почты.

· Аренда внутреннего почтового ящика, который обслуживается серверами компании V Seti, обеспечивающими его связь с внешними сетями.

· Доступ к популярным компьютерным программам и утилитам, в частности, FTP, Telnet, Gopher и другие.

· Доступ к Интернет-браузерам Opera, Firefox или Интернет Explorer.

· Доступ к лазерным и струйным принтерам.

· Доступ к популярным компьютерным программам, таким как, Adobe Photoshop и пакету программ Microsoft Office.

Кроме того, компания V Seti планирует организовать курсы, позволяющие посетителям освоить основы работы с сетью Интернет и электронной почтой. Занятия на этих курсах будут проводиться днем и поздно вечером. Организовывая такие курсы, компания V Seti создаст контингент постоянных клиентов, ценящих ее услуги. Однако компьютеры, доступ к Интернет и обучение клиентов — это лишь часть работы компании по созданию приятной атмосферы в кафе. Хороший кофе, специальные напитки, кондитерские изделия и уютная обстановка позволят посетителям Интернет-кафе чувствовать себя как дома.

На основании опросов фирм конкурентов о потреблении товаров(работ, услуг) предполагаемых к реализации в Интернет-кафе были установлены следующие цены на интернет 45 руб. за час; среднестатистической чашкой кофе 50 руб.; средняя цена на кондитерские изделия 40 руб., а стоимость часа обучения установлена в размере 100 руб. за час. В дальнейшем предполагается увеличение цены на предлагаемый ассортимент на 5 руб. ежегодно, а стоимости обучения на 20 руб.

# 

# Описание компании

Интернет-кафе «V Seti» будет размещена в центре Хабаровска по ул. Карла Маркса 59 и обеспечит своим клиентам полный доступ к сети Интернет, предоставляя им популярные компьютерные программы и современное оборудование, а также кофе и кондитерские изделия.

Целевой аудиторией компании являются люди всех возрастов и любого уровня подготовки. Для помощи новичкам компания V Seti планирует организовать курсы, позволяющие посетителям освоить основы работы с сетью Интернет и электронной почтой. Организовывая такие курсы, компания V Seti создаст контингент постоянных клиентов, ценящих ее услуги. Кроме того, удобное расположение, хороший кофе и вкусные кондитерские изделия, а также уютная обстановка позволят создать контингент постоянных посетителей Интернет-кафе.

Компания V Seti является закрытым акционерным обществом с ограниченной ответственностью. Ее основным владельцем является Учредитель. Совладельцами компании являются 3 инвестора.

Средства, направленные на создание компании, покроют затраты на приобретение современной кофеварки, перестройку и ремонт помещения, покрытие убытков на протяжении первого года и покупку оборудования для доступа в Интернет.

Средства связи позволят посетителям Интернет-кафе получить высокоскоростной доступ в Интернет. На их приобретение будет направлена крупная доля финансирования, выделенного на первый год работы. К числу приобретаемого оборудования относятся компьютерные терминалы и периферические устройства. В частности, будут приобретены два лазерных принтера и сканер.

Помимо этого, часть средств будут направлены на приобретение современного оборудования для приготовления кофе. В частности, будут куплены одна кофеварка, одна кофемолка и кофейные сервизы.

Помещение, предназначенное для кафе V Seti, требует перестройки и ремонта. На это будут выделены отдельные средства.

Таблица 1 . Затраты на создание компании

|  |  |
| --- | --- |
| Начальные затраты | |
| Страховка | 144 000,00р. |
| Аренда | 3 057 750,00р. |
| Автоматическая кофеварка | 23 600,00р. |
| Кофемолка | 65 800,00р. |
| Компьютерные системы (х 10) | 419 300,00р. |
| Линии связи | 3 189 600,00р. |
| Осветительные приборы/перепланировка | 152 783,20р. |
| Общие затраты | 7 052 833,20р. |

Кафе расположено в центральной части Хабаровска по ул. Карла Маркса 59 и будет арендовано. Его выбор обусловлен следующими причинами.

l Близость к центру.

l Близость к основным ресторанам.

l Близость к центральному железнодорожному вокзалу.

Все эти обстоятельства позволят кафе стать основным местом для встреч местных жителей.

Кафе V Seti обеспечивает местных жителей возможностями для работы в сети Интернет, позволяет им печатать и сканировать документы, а также осваивать азы работы с сетью Интернет. Кроме того, компания предлагает им чашку хорошего кофе и вкусные кондитерские изделия.

# 

# Описание конкурентов

Интернет-кафе V Seti является первым заведением подобного рода в г. Хабаровск. Наша компания планирует отмежеваться от обычных кафе, расположенных в окрестности, предлагая своим посетителям доступ в Интернет и другие компьютерные услуги. Далее в таблице сравним несколько компаний предоставляющих аналогичные услуги населению.

Для эффективной деятельности предприятия следует изучать информацию о конкурентах – какие услуги они предлагают, какова цена на услуги и каков круг обслуживаемых клиентов. Детальный анализ конкурентов проводится по следующим позициям — качество и характеристика продукции, репутация, производственные возможности, маркетинг и реклама, стоимость услуг, обслуживание потребителей. Данные представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Сравнительная оценка конкурентов

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| область сравнения | Качество продукции | Репутация | Производственные возможности | Стоимость услуг | Обслуживание потребителей | Маркетинг и реклама | Средний балл |
| V SETI | 9 | 8 | 7 | 7 | 8 | 9 | 8 |
| Империал | 9 | 10 | 8 | 8 | 6 | 7 | 8 |
| Интернет-салон "VS-L" | 4 | 6 | 8 | 7 | 4 | 2 | 5.2 |
| Редком-интернет | 6 | 7 | 6 | 7 | 3 | 6 | 5.8 |
| Колизей-центр | 5 | 5 | 6 | 7 | 4 | 4 | 5.2 |

Таким образом, после проведенного анализа выявилось следующее: на рынке интернет-кафе основным конкурентом создаваемого предприятия является интернет-кафе «Империал». Для повышения конкурентоспособности V Seti необходимо осуществлять деятельность в области рекламы направленной на повышение имиджа V Seti и ценообразования, используя свои сильные стороны: такие как выгодное место расположения, новизну предлагаемого товара, отличающегося от товаров конкурентов и высокое качество продукции, получаемое за счет качественного сырья и высокопрофессиональных кадров.

В г. Хабаровск функционируют 22 оптовых поставщиков кофе. Они распределяют свой товар среди 120 розничных торговцев. Конкуренция между обоими каналами распределения создает чрезвычайно напряженную обстановку в сфере ценообразования. Некоторые оптовые компании занимаются как оптовой, так и розничной торговлей кофе.

В г. Хабаровске работают двадцать семь провайдеров Интернет-услуг. Эти компании невелики и придерживаются самых разнообразных правил ценообразования. Некоторые взимают с клиентов ежемесячную плату, а другие требуют почасовую оплату или оплату телефонных звонков. Независимо от способа оплаты доступ к сети Интернет через одну из этих фирм слишком дорог. Кроме мелких фирм на рынке Интернет-услуг действуют более крупные провайдеры. Однако их услуги также довольно дороги. Поскольку пользователи не всегда нуждаются в постоянном доступе к Интернет, они не торопятся заключать с провайдерами контракты.

Двойственная природа Интернет-кафе V Seti порождает двойную конкуренцию. Компания V Seti конкурирует не только с обычными кафе, но и с поставщиками Интернет-услуг. Хорошая новость заключается в том, что в настоящее время Интернет-кафе V Seti в таком виде является единственным на территории района. Однако в городе существуют двенадцать Интернет-кафе.

Напряженная конкуренция среди розничных торговцев кофе создала в этой области ситуацию, в которой все фирмы торгуют по одинаковым ценам. Между ценой и качеством кофе существует прямая зависимость. Некоторые сорта кофе продаются по цене 844 руб. за 1000 гр[[1]](#footnote-1).(Стронг Вьетнам), а другие, более экзотические сорта, могут продаваться и по 9095 руб. за 1000 гр[[2]](#footnote-2)( Ямайка Блу Маунт). Из расчёта представленного к описанию кофе-машины, что на 1 чашку требуется 10 г. кофе мы получаем что из 1000 г. кофе получаем 100 чашек кофе. Тогда за год нам потребуется 730 кг. кофе которые мы приобретаем по 844 рубля затратив 616120 руб. Его мы приобретаем вместе с основным оборудованием, так как в течении года происходит повышение цен на данную группу товаров.

Основными конкурентами на розничном рынке кофе являются компании Кофе-центр ДВ, Юран-амур и Чай.кофе. - торговая компания[[3]](#footnote-3). Эти компании действуют в г. Хабаровск и нацелены на тот же рыночный сегмент, что и компания V Seti (т.е. на образованную и мобильную часть населения).

Конкуренция в сфере предоставления Интернет-услуг в г. Хабаровске протекает между восемью местными фирмами и общенациональными компаниями. Количество компаний, функционирующих в этой сфере, будет постоянно расти. Кроме того, общенациональные компании также будут все глубже внедряться на местные рынки. Особенности Интернет лишь способствуют глобальной конкуренции.

# Стратегия маркетинга

Кафе V Seti получит поддержку от компании Востоктелеком, которая обеспечит доступ в сеть Интернет, консультации и обслуживание оборудования[[4]](#footnote-4). Кофейное оборудование и кофе мы планируем приобрести у компании Кофе-магазин. Контракт на поставку кондитерских изделий пока не заключен. В настоящее время мы ведем переговоры с компаниями Тейсти, а также Новоторг.

Компания V Seti собирается инвестировать средства в приобретение мощных компьютеров, чтобы предоставить посетителям быстрое и эффективное соединение с сетью Интернет. Мы будем постоянно обновлять парк компьютеров, стремясь поддерживать высокий уровень обслуживания, поскольку одним из основных преимуществ Интернет-кафе является возможность получить доступ к самым современным технологическим изобретениям.

По мере роста компании V Seti количество линий связи будет увеличено. Это обстоятельство учитывается при планировании помещения. Количество пользователей сети Интернет постоянно возрастает, усиливая конкуренцию. Для того чтобы выиграть борьбу с конкурентами, компания V Seti должна предлагать своим клиентам самые современные услуги.

Компания V Seti позиционирует себя как комфортабельное кафе и поставщика Интернет-услуг одновременно. Она планирует продавать высококачественный кофе и кофейные напитки по конкурентоспособной цене. Поскольку в г. Хабаровск довольно много обычных кафе, компании V Seti необходимо установить правильную цену на кофе. Компания V Seti будет рекламировать себя через несколько каналов: местные газеты, радиостанции и телеканал. Кроме того, компания будет выпускать купоны на бесплатный доступ к сети Интернет для новичков, нуждающихся в обучении.

Устанавливая цены, компания V Seti руководствуется ценами на кофе и специальные напитки, перечисленными в справочнике Кофе-Чай, издаваемом компанией Браво Кофе. Эта компания занимается кофейным бизнесом 12 лет и разработала надежную ценовую стратегию.

Устанавливая почасовую цену на свои интерактивные услуги, компания V Seti учитывает три источника информации. Во-первых, она учитывает цены на услуги других поставщиков Интернет-услуг, таких как компания Редком-интернет. Поставщики Интернет-услуг используют разные схемы ценообразования. Некоторые из них взимают помесячную плату, а другие устанавливают почасовую оплату. Кроме того, некоторые поставщики используют комбинацию этих ценовых стратегий. Вследствие этого их расценки очень быстро становятся слишком высокими. Во-вторых, компания V Seti анализирует цены на услуги Интернет-кафе, действующих на других рынках города Хабаровска. В-третьих, компания V Seti использует результаты исследования рынка, проведенного осенью 2008 г. Оценка этой информации привела компанию V Seti к окончательной цене — 45 руб. за час.

В течение первого года компания V Seti планирует затратить на укрепление торговой марки и расширение контингента постоянных посетителей почти 500 000 руб. Маркетинговые усилия будут направлены на освоение местного рынка. Вся маркетинговая кампания будет проведена в течение 2010 г. и должна привести к повышению прибыли от продаж примерно на 10%. В частности, в программу действий входят следующие маркетинговые акции: размещение рекламы на местном телевидении, распространение печатной рекламы, размещение рекламных объявлений в местных газетах, размещение рекламы в передачах местных радиостанций, специальные мероприятия в кафе V Seti.

Будучи розничной компанией, кафе V Seti должна нанять большое количество людей для осуществления продаж. Для сотрудников компании понадобится большое количество компьютерной литературы. Если при найме на работу сотрудник не обладает достаточным запасом знаний, то для него будет организован курс обучения. Кроме того, постоянный сотрудник будет заниматься обслуживанием клиентов и решением их проблем при работе с сетью Интернет.

# Оценка рынка потребителей

Поскольку кафе V Seti является первопроходцем рынка компьютерных услуг в Хабаровске, перед ней открываются многообещающие перспективы. Пристрастие клиентов к кофе в сочетании с возрастающим интересом к сети Интернет позволило многим Интернет-кафе получить крупную прибыль.

Наш целевой рынок разделяется на две группы. В первую группу входят люди, знакомые с принципами работы в сети Интернет и желающие работать за чашкой хорошего кофе в комфортной атмосфере, которую они не могут создать у себя дома. Вторая группа посетителей не умеет работать в сети Интернет и просто желает присоединиться к многочисленному интерактивному сообществу. Возраст посетителей кафе V Seti колеблется от 18 до 50 лет. Это объясняется широким спектром услуг, предоставляемых кафе: от обычной чашки кофе до возможности использовать самые современные технологические средства связи. Кроме того, контингент посетителей кафе можно разделить на школьников, студентов и бизнесменов.

Интернет-кафе V Seti стремится обслуживать как людей, желающих просто путешествовать по сети Интернет под руководством инструктора, так и опытных компьютерных энтузиастов. Более того, кафе должно стать центром притяжения как для местных жителей, так и для путешествующих профессионалов, которые хотят проверить содержимое электронных почтовых ящиков в дружелюбной атмосфере. Эти люди могут либо воспользоваться персональными компьютерами, установленными в Интернет-кафе, либо подключить в сеть свои собственные ноутбуки. Целевой рынок Интернет-кафе V Seti образуют люди разных возрастов.

Привычки наших посетителей, а также данные прошлых лет, гарантируют сохранение высокого спроса на кафе в течение следующих пяти лет. Быстрый рост сети Интернет и систем интерактивных услуг, происходящий во всем мире, стимулирует появление экономики, основной на инфраструктуре Интернет. Правда, в настоящее время этот вид экономики лишь только зарождается. Потенциальный рост сети Интернет поражает воображение. Со временем компьютерный терминал с выходом в сеть станет элементом интерьера любой телефонной будки. Возможно, это станет реальностью через 10–20 лет, однако на протяжении предстоящих пяти лет компании, обеспечивающие выход в Интернет, будут испытывать колоссальный рост. Став первым Интернет-кафе в городе, компания V Seti может воспользоваться всеми преимуществами первопроходца, завоевав признание и лояльность посетителей. В настоящее время компании V Seti принадлежат 100% местного рынка Интернет-кафе. В течение следующих пяти лет на этом рынке появятся конкуренты. Компания V Seti поставила перед собой цель сохранить за собой не менее 50% этого рынка.

В ходе исследования рынка, проведенного осенью 2008 г., было опрошено 500 потенциальных клиентов. В итоге были получены следующие результаты.

· 350 респондентов сказали, что они хотели бы иметь доступ к сети Интернет.

· Большинство опрошенных считают, что наиболее приемлемая цена за доступ к Интернет равна 45 руб./час

· 250 респондентов заявили, что регулярно используют сеть Интернет.

Поставки кофе в нашем городе в течение десяти лет росли очень быстро и достигли стадии насыщения. Большой спрос на хороший кофе обусловлен следующими обстоятельствами. Во-первых, основными потребителями кофе являются студенты университета. Во-вторых, росту спроса на кофе способствует холодный и сырой климат. В-третьих, появилась мода на хороший кофе и специальные напитки.

Популярность сети Интернет растет со скоростью геометрической прогрессии. Те, кто испытал современную скорость передачи информации по сети, может оценить прелесть путешествий по Web-сайтам. Тем, кто еще никогда не работал в сети Интернет, нужна приятная и благожелательная атмосфера, в которой они могли бы осваивать новые технологии. Компания V Seti стремится предоставить своим клиентам неограниченный доступ к сети Интернет и обеспечить качественную поддержку их работы и обучения.

С учетом острой конкуренции владельцы кафе должны стремиться выделиться среди остальных соперников. Основатели кафе V Seti понимают необходимость дифференциации и абсолютно уверены, что ключом к успеху является сочетание хорошего кофе и полный спектр услуг, связанных с доступом к сети Интернет. Поскольку в Хабаровске еще не было ни одного Интернет-кафе такого рода, перед владельцами кафе V Seti открываются широкие возможности.

# 

# План производства

Компания V Seti разработала три стратегии.

Первая стратегия компании V Seti направлена на привлечение новых клиентов. Для этого компания V Seti будет нанимать компетентных сотрудников, организовывать справочную службу и курсы по работе с Интернет и электронной почтой.

Вторая стратегия направлена на привлечение опытных пользователей Интернет. Для этого необходимо поддерживать современный уровень компьютерной технологии, обеспечивать услуги по сканированию и печати документов, а также доступ к мощным компьютерным программам.

Третья стратегия направлена на создание социальной среды среди посетителей. Эта среда будет обеспечивать привлечение клиентов, которые при других обстоятельствах не стали бы работать в сети. Придя в кафе, эти посетители, помимо обычных услуг, смогут развлечься в сети Интернет.

Стратегия компании V Seti предусматривает следующие мероприятия.

Первая стратегия компании V Seti направлена на привлечение новых клиентов. Для этого нам необходимо сделать следующее.

· Создание дружелюбной атмосферы. Компания V Seti будет нанимать компетентных сотрудников, основной задачей которых будет обслуживание клиентов.

· Организация справочной службы. Если у клиента есть вопрос или жалоба, сотрудник кафе V Seti должен помочь ему решить проблему.

· Организация курсов по работе с Интернет и электронной почтой. Эти курсы предназначены для обучения новичков работе с основными компьютерными программами и системами.

Вторая стратегия направлена на привлечение опытных пользователей Интернет. Для этого необходимо сделать следующее.

· Поддерживать современный уровень компьютерной технологии.

· Обеспечение услуг по сканированию и печати документов.

· Обеспечение доступа к мощным компьютерным программам.

Третья стратегия направлена на создание социальной среды среди посетителей. Эта среда будет обеспечивать привлечение клиентов, которые при других обстоятельствах не стали бы работать в сети. Придя в кафе, эти посетители, помимо обычных услуг, смогут развлечься в сети Интернет.

Кафе V Seti стремится выделиться в среде обычных кафе. Одновременно с хорошим кофе и вкусными кондитерскими изделиями кафе V Seti планирует предоставлять своим посетителям Интернет-услуги и создавать комфортабельную обстановку для общения.

Прогноз ежемесячных продаж приводится в таблице 4. Он сделан на основании опросов фирм конкурентов о потреблении товаров нижепредставленых групп потребителями работой без выходных(обусловлено спецификой предлагаемой услуги), 20 часов в сутки с учётом смены сотрудников и соответственно ценами на интернет 45 руб. за час; среднестатистической чашкой кофе 50 руб.; средней ценой на кондитерские изделия 40 руб., а стоимость часа обучения установлена в размере 100 руб. за час. В дальнейшем предполагается увеличение цены на предлагаемый ассортимент на 5 руб. ежегодно, а стоимости обучения на 20 руб. В связи с аритмичностью в режиме потребления такоих продуктов как кофе, кондитерские изделия и потребность в обучении пользования в ниже приведённых цифрах сделано предположение, о том что пользователи компьютерной техникой в час выпивают по 1 чашке кофе и съедают по одному кондитерскому изделию на протяжении всего времени работы интернет-кафе. Обучение может проводится как для групп лиц, так и для отдельных пользователей, поэтому в расчётах также сделано допущение, что данная услуга будет потреблятся одним пользователем каждый час.

Таблица 2 . План продаж

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| План продаж | | | |
|  | 2009 | 2010 | 2011 |
| Доступ в интернет | 3 285 000р. | 3 650 000р. | 4 015 000р. |
| Кофе | 3 650 000р. | 4 015 000р. | 4 380 000р. |
| Кондитерские изделия | 2 920 000р. | 3 285 000р. | 3 650 000р. |
| Обучение | 7 300 000р. | 8 760 000р. | 10 220 000р. |
| Совокупный объем продаж | 17 155 000,00р. | 19 710 000,00р. | 22 265 000,00р. |
|  | | | |

# 

# Оценка рисков и страхование

Успех компании V Seti зависит от ответов на следующие вопросы.

· Продолжает ли расти спрос на услуги, предоставляемые компанией?

· Продолжает ли расти популярность сети Интернет или она является преходящим увлечением?

· Согласны ли клиенты платить за услуги компании V Seti?

· Не упала ли стоимость подключения в сеть Интернет из дома настолько, что услуги Интернет-кафе стали невыгодными?

Страхование. На протяжении первого года компания V Seti выделяет на страхование 144 тыс. руб в соответствии с тарифами компании Росгосстрах. По мере роста доходов во втором и третьем годах расходы на страхование будут увеличиваться.

# 

# Организационный план

Компания V Seti принадлежит Учредителю. Он же осуществляет управление компанией. Поскольку компания невелика, она имеет весьма простую организационную структуру.

В соответствии с потребностями компании и зарплатой предлагаемой материалами сайта http://khabarovsk.irr.ru/jobs-education штат компании будет состоять из четырех специалистов по компьютерам, работающих по 36 часов в неделю зарплатой 6 000, 8 000, 10 000 и 12 000 руб. в месяц. Кроме того, в компании будет работать один технический специалист, способный осуществить мелкий ремонт. Его рабочая неделя будет длиться 40 часов с оплатой 30 000 руб. в месяц. Три инвестора, не будут принимать участия в принятии административных решений. Такая организационная структура компании обеспечивает большую гибкость и позволяет быстро принимать решения. По мере развития компании эта структура может измениться.

Таблица 3. Штат сотрудников

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Персонал | Затраты на штат | | |
|  | 2009 | 2010 | 2011 |
| Специалист по компьютерам 1 | 6 000,00р. | 6 000,00р. | 6 000,00р. |
| Специалист по компьютерам 2 | 8 000,00р. | 8 000,00р. | 8 000,00р. |
| Специалист по компьютерам 3 | 10 000,00р. | 10 000,00р. | 10 000,00р. |
| Специалист по компьютерам 4 | 12 000,00р. | 12 000,00р. | 12 000,00р. |
| Технический специалист | 30 000,00р. | 30 000,00р. | 30 000,00р. |
| Продавец | 20 000,00р. | 20 000,00р. | 20 000,00р. |
| Менеджер | 30 000,00р. | 30 000,00р. | 30 000,00р. |
| Всего(год): | 1392000р. | 1392000 р. | 1392000 р. |

# 

# Финансовый план

Продажи. Прогнозные оценки компании V Seti получены на основе информации о ценах на кофе, предоставленной фирмой Кофе-магазин. Для вычисления прибыли за счет продаж Интернет-услуг сначала было вычислено количество часов, в течение которых компьютерный терминал может активно работать, а затем примерное количество часов, в течение которых он может быть занят посетителями кафе.

Стоимость товаров. Стоимость товаров, сопутствующих торговле кофе, основана на оценках, предоставленных Новоторг, Кофе-магазин, Браво-кофе. Себестоимость одного кулинарного изделия равна 20% его цены. Стоимость доступа в сеть Интернет равна 45 руб. за сеанс.

Фиксированные издержки. Компания понесет следующие фиксированные издержки, связанные с ее созданием:

- Сервер + 10 рабочих станций — 419300 руб.,

- Принтер Лазерный SAMSUNG ML-2245 X 2 — 4 841X2 = 9682 руб.,

- Сканер Планшетный CANON CanoScan LiDE 100 — 2 734 руб.,

- Кофеварка BUNN VP17-1– одно-колбовая — 23 600 руб.,

- Торговая кофемолка BUNN G3A HD — 65 800 руб.,

- Прилавок ПР011 (925\*950\*500) X2 — 6100X2 = 12200 руб.,

- FR 601 - Информационное табло (размер полотна 900х573 мм) — 1 267,20 руб.,

- SPR.181.02 Барная стойка — 13 620 руб.,

- Кресло CH-201NX X16 = 990 X16 = — 15840 руб.,

- Компьютерный стол «КС-18» X 6 = 4700X6 = 28200 руб.,

- канцелярские товары — 10000 руб.,

- Panasonic KX-TG8302RUT X2 = 4620 X2 = 9240 руб.,

- Кофе «Стронг Вьетнам» 720 кг. =844\*720 = 616120 руб.

- затраты на декорации — 25000 руб.,

- затраты на освещения — 25000руб.

Итого затрат на оборудование: 661483,20 руб.

Сведём вышеупомянутые расходы в общую таблицу 4.

Таблица 4. Направления расходования средств

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Статья затрат | Цена за шт. | Кол-во, шт. | ИТОГО, руб. |
| Сервер + 10 рабочих станций | 419300 | 1 | 419300,00 |
| Принтер Лазерный SAMSUNG ML-2245 X 2 — 4 841X2 | 4 841 | 2 | 9682,00 |
| Сканер Планшетный CANON CanoScan LiDE 100 | 2734 | 1 | 2734,00 |
| Кофеварка BUNN VP17-1– одно-колбовая | 23600 | 1 | 23600,00 |
| Торговая кофемолка BUNN G3A HD | 65800 | 1 | 65800,00 |
| Прилавок ПР011 (925\*950\*500) X2 — 6100X2 | 6100 | 2 | 12200,00 |
| FR 601 - Информационное табло (размер полотна 900х573 мм) | 1267,20 | 1 | 1267,20 |
| SPR.181.02 Барная стойка | 13620 | 1 | 13620,00 |
| Кресло CH-201NX X16 = 990 X16 | 990 | 1 | 15840,00 |
| Компьютерный стол «КС-18» X 6 = 4700X6 | 4700 | 6 | 28200,00 |
| Канцелярские товары и прочее |  |  | 10000,00 |
| Телефон Panasonic KX-TG8302RUT X2 = 4620 X2 | 4620 | 2 | 9240,00 |
| Кофе "Стронг Вьетнам" | 844 | 720 | 616120,00 |
| Затраты на декорации |  |  | 25000,00 |
| Затраты на освещения |  |  | 25000,00 |
| ИТОГО |  |  | 1277603,20 |

Зарплата сотрудников. Компания V Seti планирует нанять четыре специалиста по компьютерам, получающих 6 000, 8 000, 10 000 и 12 000 руб. в месяц соответственно, и одного технического специалиста, получающего 30 000 руб. в месяц, одного продавца с зарплатой 20000 в месяц и менеджера с зарплатой 30000. Общие затраты на оплату работы семи сотрудников в течение первого года составят 166 600 руб. в месяц.

Аренда. Компания V Seti арендует 150 кв. м. по цене 20385 руб./кв.м/год[[5]](#footnote-5)(3057750 руб. год). В конце года договор становится предметом переговоров, и компания может либо продлить, либо отказаться от аренды в соответствии с намерениями арендодателя.

Коммунальные услуги. Как указано в контракте, оплата за коммунальные услуги, включая газ и сборку мусора, а также выплата налогов на недвижимость возложена на арендодателя. Единственной коммунальной услугой, которую должен оплачивать арендатор, является телефон. Компания V Seti должна оплачивать соединения по 15 телефонным линиям, из них 13 соединены в модемами(18600р./шт.), а две — с обычными телефонами для деловых переговоров(12000 р./шт.). Линии, соединенные с модемами, будут обеспечиваться местным провайдером ТК Востоктелеком. В итоге их месячная оплата составит 265800 руб.

В случае если мы не обращаемся к аренде помещений, то оплата коммунальных услуг будет рассчитана в нижеприведённой таблице. Далее приведём расчёты расходов на оплату электроэнергии.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование прибора | Потребление | Расчёт\* | ИТОГО, руб |
| Сервер + 10 рабочих станций | 1400 Вт | 1400\*20\*30\*2\*2,00/1000 | 5040 |
| Освещение(25 ламп) | 50 Вт | 25\*50\*20\*30\*2\*2,00/1000 | 1500 |
| Кофеварка | 1500 Вт | 1\*1500\*\*10\*30\*2\*2,00/1000 | 1800 |
| Кофемолка | 1000 Вт | 1\*1000\*\*5\*30\*2\*2,00/1000 | 600 |
| ИТОГО(год) |  |  | 107280 |

\*Тариф на электроэнергию (2 руб/кВт\*ч) http://www.russia-energy.ru/siberia/habarovsk\_kray/tarif.htm

В соответствии с приведёнными тарифами в постановлении от 28 ноября 2008 года N 3670 «Об установлении тарифов на услуги систем водоснабжения и водоотведения, оказываемые МУП города Хабаровска «Водоканал»» на водоснабжение (18,74 руб. за 1 куб м для предприятий и организаций) при условии потребления 0,3 куб. м/сутки и так же 0,3 куб. м./сутки на канализацию, получаем годовую сумму затраченную на водоснабжение в размере 4074,84 руб.

Расходы на маркетинг. Компания V Seti выделяет 500 тыс. руб. на проведение рекламы. Эти деньги должны пойти на оплату рекламных объявлений в местных газетах.

Страховка. На протяжении первого года компания V Seti выделяет на страхование 144 тыс. руб. в соответствии с тарифами компании Росгосстрах. По мере роста доходов во втором и третьем годах расходы на страхование будут увеличиваться.

Оплата юридических услуг и консультаций. Стоимость юридических консультаций равна 100 тыс. руб. В стоимость юридических услуг включено и приобретение необходимых лицензий на деятельность интеренет кафе V Seti – лицензии на телематику и передачу данных с учётом скидки в размере 5, со сроком оформления в 3 месяца приобретённые у компании «CompClubs», обойдутся компании в 1330 долларов[[6]](#footnote-6)(43850 руб.).

Амортизация. Для оценки амортизации оборудования компания V Seti использует стандартные нормативы. Срок амортизации компьютеров равен пяти годам, а осветительного оборудования — семи.

Налоги. Компания V Seti является обществом с ограниченной ответственностью. Однако социальные начисления на зарплату составляют 36,5%.

Счета к оплате. Компания V Seti взяла банковский кредит в размере 2,36 млн. руб. под 20% годовых. Заем будет выплачиваться ежемесячными взносами в течение трех лет.

Общие затраты сведём в единую таблицу.

Таблица 5. Общие затраты по направлениям расходования.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статья затрат | Сумма, руб. | Уд. вес. % |
| Оборудование | 1277603,20 | 12,49 |
| Аренда | 3057750,00 | 29,88 |
| Телефон интернет | 3189600,00 | 31,17 |
| Расходы на маркетинг | 500000,00 | 4,89 |
| Страховка | 144000,00 | 1,41 |
| Оплата юридических услуг и консультаций | 100000,00 | 0,98 |
| Амортизация | 118457,6 | 1,16 |
| Зарплата сотрудников | 1392000,00 | 13,60 |
| Налоги | 495552 | 4,84 |
| Кредит в размере 2,36 млн. руб. | 10256026,27 | 12,27 |
| ИТОГО год | 10 231 826,27 |  |

Далее необходимо провести анализ безубыточности. Сделать его можно путем расчета точки безубыточности, представляющей собой такое значение выручки, при котором предприятие уже не несет убытков, но и не получает прибыли. Формула для расчета следующая:

ПР=,



где ПосЗ – Постоянные затраты кафе, не зависящие от объема производства;

ПерЗ – Переменные затраты кафе, напротив напрямую зависящие от объема производства;

Вр – Выручка от реализации продукции.

Прежде чем рассчитать этот показатель необходимо все затраты интернет кафе и поделить на постоянные и переменные (таблица 7.6)

Таблица 7.6 - Постоянные и переменные затраты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Постоянные затраты | | Переменные затраты | |
| амортизационные отчисления | 118457,6 | Материальные затраты | 1277603 |
| кредит | 10256026 | Телефон и интернет | 3189600 |
| затраты на маркетинг | 500000 | налоги | 495552 |
| зарплата специалистов | 1392000 |
| Прочие | 244000 |  |  |
| Итого: | 1251048,6 | Итого: | 4962755 |

Выручка за год составляет 17 155 000 руб.

ПР==1760277,5 руб.



Для относительной оценки данного показателя следует рассчитать запас финансовой прочности:

ЗФП=



ЗФП=\*100%=78%



Расчёт срока окупаемости:

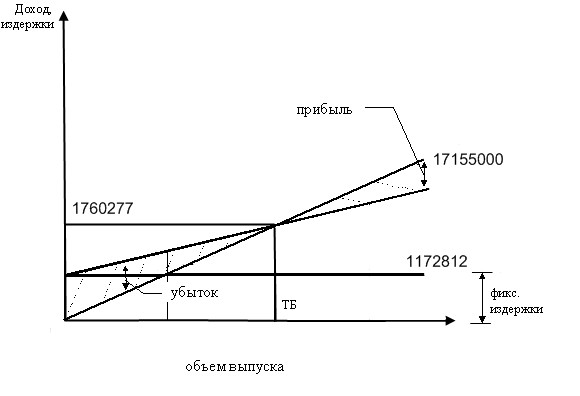
Размер инвестиции – 9,76 млн. руб.

Доходы от инвестиций в первом году 17,15 млн. руб.

Определяя период по истечении которого инвестиция окупается, отметим что Доходы первого года уже превышают сумму инвестиций, таким образом делаем вывод о том что возмещение первоначальных расходов произойдет меньше чем за 1 год. Остаток = (1 - (17,15 - 9,76)/ 17,15) = 0,56 года

Ответ: период окупаемости равен 1 году (точнее 0,56 года).

Точка безубыточности



Графическое отражение расчёта срока окупаемости представим ниже

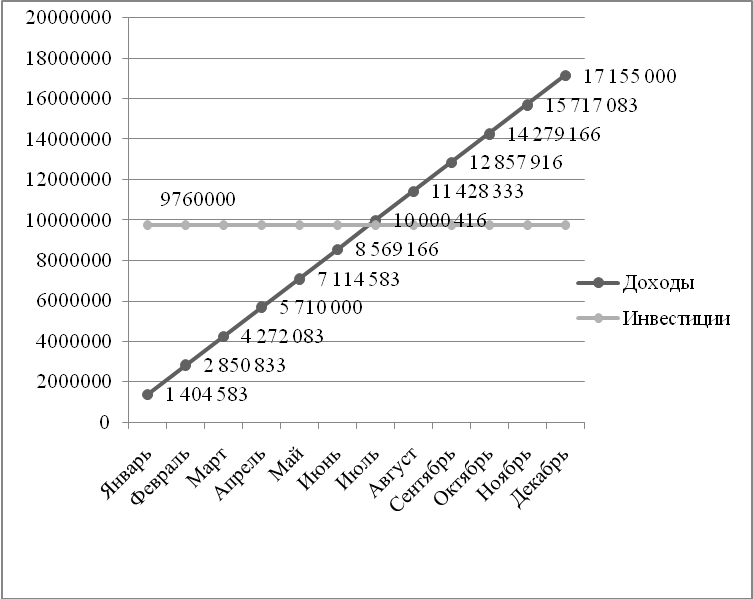


Таблица 6. Отчёт о движении денежных средств

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Январь | Февраль | Март | Апрель | Май | Июнь | Июль | Август | Сентябрь | Октябрь | Ноябрь | Декабрь |
| Поступления | 1404583,333 | 1446250 | 1421250 | 1437917 | 1404583 | 1454583 | 1431250 | 1427917 | 1429583 | 1421250 | 1437917 | 1437917 |
| Остаток на начало периода |  | -1294412 | -256164 | 736449,6 | 1767093 | 2764767 | 3729805 | 4754876 | 5776976 | 6667107 | 7539720 | 8572913 |
| Доходы от реализации продукции | 1404583,333 | 1446250 | 1421250 | 1437917 | 1404583 | 1454583 | 1431250 | 1427917 | 1429583 | 1421250 | 1437917 | 1437917 |
| Расходы | 5058995,689 | 329334,9 | 350334 | 329335,3 | 329335 | 412335 | 329334 | 329335 | 463335 | 472884 | 329335 | 1497933 |
| Кредитная линия |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Кредит | 2360000 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| % за кредит |  | 13111,11 | 12746,91 | 12382,72 | 12018,52 | 11654,32 | 11290,12 | 10925,93 | 10561,73 | 10197,53 | 9833,333 | 9469,136 |
| Возмещение кредита |  | 2294444 | 2228889 | 2163333 | 2097778 | 2032222 | 1966667 | 1901111 | 1835556 | 1770000 | 1704444 | 1638889 |
| Итого по кредитной линии |  | 65555,56 | 65555,56 | 65555,56 | 65555,56 | 65555,56 | 65555,56 | 65555,56 | 65555,56 | 65555,56 | 65555,56 | 65555,56 |
| Налогооблагаемая прибыль | -3654412 | 1116915 | 1070916 | 1108582 | 1075248 | 1042248 | 1101916 | 1098582 | 966248 | 948366 | 1108582 | 60016 |
| Чистая прибыль | -2353442 | 719293,3 | 689669,9 | 713926,6 | 692459,7 | 671207,7 | 709633,9 | 707486,8 | 622263,7 | 610747,7 | 713926,8 | 38650,3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 1 кв. 2010 | 2 кв. 2010 | 3 кв. 2010 | 4 кв. 2010 | 1 кв. 2011 | 2 кв. 2011 | 3 кв. 2011 | 4 кв. 2011 |
| Доходы от реализации продукции | 4927500 | 4927500 | 4927500 | 4927500 | 5566250 | 5566250 | 5566250 | 5566250 |
| Расходы | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 |
| % за кредит | 32450 | 32450 | 32450 | 32450 | 32450 | 32450 | 32450 | 32450 |
| Возмещение кредита | 376944,5 | 376944,5 | 376944,5 | 376944,5 | 196666,7 | 196666,7 | 196666,7 | 196666,7 |
| Итого по кредитной линии | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 |
| Налогооблагаемая прибыль | 3939495 | 3939495 | 3939495 | 3939495 | 4578245 | 4578245 | 4578245 | 4578245 |
| Чистая прибыль | 2537035 | 2537035 | 2537035 | 2537035 | 2948390 | 2948390 | 2948390 | 2948390 |

Таблица7.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | Январь | Февраль | Март | Апрель | Май | Июнь | Июль | Август | Сентябрь | Октябрь | Ноябрь | Декабрь |
| Доходы от реализации продукции | 1404583,333 | 1446250 | 1421250 | 1437917 | 1404583 | 1454583 | 1431250 | 1427917 | 1429583 | 1421250 | 1437917 | 1437917 |
| Расходы | 5058995,689 | 329334,9 | 350334 | 329335,3 | 329335 | 412335 | 329334 | 329335 | 463335 | 472884 | 329335 | 1497933 |
| Налогооблагаемая прибыль | -1294412,356 | -256164 | 736449,6 | 1767093 | 2764767 | 3729805 | 4754876 | 5776976 | 6667107 | 7539720 | 8572913 | 8437871 |
| Чистая прибыль | 0 | 0 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 1 кв. 2010 | 2 кв. 2010 | 3 кв. 2010 | 4 кв. 2010 | 1 кв. 2011 | 2 кв. 2011 | 3 кв. 2011 | 4 кв. 2011 |
| Доходы от реализации продукции | 4927500 | 4927500 | 4927500 | 4927500 | 5566250 | 5566250 | 5566250 | 5566250 |
| Расходы | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 | 988004,8 |
| Итого по кредитной линии | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 | 180277,8 |

# 

# Выводы

В ходе разработки бизнес-плана Интернет-cafe «V Seti» было выявлено, что для реализации проекта требуется наличие финансовых средств в размере 9760000 рублей.

Срок окупаемости проекта составляет 6 месяцев.

Объем продаж, обеспечивающий безубыточное функционирование организации составляет 1760277 рублей в месяц.

В бизнес-плане описана оптимальная структура деятельности на ближайшие годы после создания организации. Безусловно в процессе деятельности организации будут возникать проблемы с реализацией и успешной деятельностью, что в первую очередь связанно с человеческим фактором.

В работе были описаны конкуренты, стратегия маркетинга, рынок потребителей, план производства, риски и страхование

В финансовом плане обоснованы расходы по реализации проекта, а так же доказана эффективность реализации бизнес-плана.

Таким образом, бизнес-план Интернет-кафе нацелен на помощь организации в выборе из возможных альтернатив наиболее эффективное решение, а так же его целью является доказательство необходимости тех или иных расходов, привлечение потенциального инвестора, а так же заранее планирование мероприятий, которые организация собирается провести.

Список использованной литературы

1. Бажин И.И. Информационные системы менеджмента. - М.: ГУ-ВШЭ, 2000.

2. Бизнес-план. Зарубежный и отечественный опыт. Новая практика разработки и документация. Чебоксары, 2005.

3. Берл Г., Киршнер П. Мгновенный бизнес-план. Двенадцать быстрых шагов к успеху. Пер. с англ.-М.:Дело, 2004.

4. Бизнес-план. Методические материалы. /под редакцией Р.Г.Малиновского. М.: Финансы и статистика, 2003.

5. Бизнес-план инвестиционного проекта. Учебно-практическое пособие /под редакцией В.М.Попова. - М.:Финансы и статистика, 2002.

6. Гражданский кодекс Российской федерации. Федеральный закон РФ «Об акционерных обществах»

7. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Планирование предпринимательской деятельности. - М.: Инфра-М, 2003.

8. Горемыкин В.А., Богомолов А.Ю. Бизнес-план. Методика разработки. - М.: Ось, 2003.

9. Сухова Л.Ф., Чернова Н.А. Практикум по разработке бизнес-плана и финансовому анализу предприятия. - М.: Финансы и статистика, 2004.

10. Ковелло Дж.А., Хейзелгрен Б.Дж. Бизнес-планы. Полное справочное руководство. Перевод с англ. - М.: Лаборатория базовых знаний, 2002.

11. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Управление проектами. Учебное пособие / Под общ. ред. И.И. Мазура. - М.: Омега-Л, 2004.

1. http://www.kafema.ru/?r=20 [↑](#footnote-ref-1)
2. http://www.kafema.ru/?r=172 [↑](#footnote-ref-2)
3. Деловой Хабаровск 2009-1 [↑](#footnote-ref-3)
4. http://www.vtelecom.ru/services/ [↑](#footnote-ref-4)
5. http://www.arendator.ru/bc\_cur/1/Khabarovsk/ [↑](#footnote-ref-5)
6. http://www.compclubs.ru/forum/viewtopic.php?t=32 [↑](#footnote-ref-6)