**ООО « Мокко»**

Адрес фирмы: г. Тольятти, ул. Карла Маркса,

ТРК «Космос», 2 этаж.

Руководитель Горновская Алина Александровна

Тел. (917) 824-65-33

**1. Резюме**

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

Напиток перестал, был просто утилитарным утренним стимулятором и стал спутником времяпрепровождения совершенно европейского типа: особая атмосфера, тихая музыка, десятки сортов кофе. Однако, помимо всего этого, кофейни являются бизнесом не только успешным, но и обладающим сегодня гигантским потенциалом развития. Никаких специальных исследований и оценок объема рынка кофеен до сегодняшнего дня не проводилось - в прессе проскакивала цифра в 10 миллионов долларов, но специалисты считают, что эти данные нужно умножать как минимум на два. Самое интересное, что порог входа на этот рынок и сейчас остается достаточно низким: в городе с более чем миллионным населением, работает немногим более 50 кофеен.

Ассортимент будет состоять из нескольких видов кофе.

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

Для кофейни предполагается арендовать помещение размером 70 кв.м., расположенное по адресу: г. Тольятти, ул. Карла Маркса, ТРК « Космос», 2 этаж. Данное место размещения очень удобно – один из крупнейших торгово-развлекательных комплексов г. Тольятти, который находится в центре города и его ежедневно посещают сотни людей.

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

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

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

Уровень квалификации специалистов предприятия обеспечит хорошее обслуживание покупателей.

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

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

**2. Место нахождение кофейни**

Кофейня «Мокко» находится по адресу Карла Маркса 57 , в здании ТРК «Космос» на втором этаже .

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

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

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

**3. Характеристика отрасли и вида деятельности**

По результатам исследования потребительских предпочтений кофеен маркетингового агентства Step by step, около 30% опрошенных (посещающих кофейни) бывают в кофейнях несколько раз в месяц, 29% – почти каждый день, 20% – раз в неделю. Число тех, кто впервые зашел в кофейню, совсем невелико, около 3%. Это может означать, что круг любителей провести свое время в кофейне практически сложился. 39% респондентов посещают кофейни в любое/разное время, 26% – вечером, 16% опрошенных – во время обеда. Утро же, как отдельный вариант ответа, оказалось на самом последнем месте (4%). Складывается впечатление, что для большинства жителей города кофейни не стали тем местом, куда можно забежать перед началом рабочего дня, чтобы выпить кофе. Они по-прежнему остаются неким элементом досуга. Кофе всегда ценили за ту бодрость и свежесть, которую приносит чашка этого божественного напитка. На мусульманском Востоке, где запрещено употребление спиртных напитков, кофе является обязательной составляющей любого праздничного стола. В России, несмотря на свободное употребление вина и более крепких напитков, кофе так же очень популярен. Сегодня рынок кофе в России можно считать еще не сформированным, про что говорят постоянные смены структуры и участников данного рынка. 2007 год был отмечен следующими факторами:

* сокращение ассортимента продукции на рынке (операторы оставили в предложениях только наиболее популярные марки кофе);
* уменьшение объемов продаж, что было связано с финансовым кризисом;
* рост цен;
* увеличение доли рынка отечественных производителей и дешевых фальсификатов.

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

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

**4. Описание продукции**

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

Таблица 1

Прейскурант цен

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

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

**5. Анализ конкурентов**

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

Таблица 2

Факторы конкурентоспособности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Факторы*** | ***«Мокко»*** | ***Конкуренты*** |
|  |  |  ***Бистро «Квакуша»*** |  ***Кафе «Домик в деревне»*** |
| ***Качество*** |  Самый лучший кофе в городе. |  Невкусный кофе, не всегда свежая закуска | всегда Пироги вкусные |
| ***Местонахождение*** |  ТЦ «Космос»,2 этаж | ТЦ « Космос», 1 этаж около входа/выхода | ТЦ «Космос», 1 этаж  |
| ***Уровень цен*** | Средний |  средней | Выше средней |
| ***Ассортимент*** |  Кофе, пирожное |  Достаточно широкий | Около 5 видов выпечки |
| ***Репутация фирмы*** | Фирма новая | Сомнительная | Фирма известная, имеются постоянные клиенты |

Так как внешняя и внутренняя среда изменяются под воздействием деятельности предприятия, так и других факторов, то необходимо выявить ограничения, сильные и слабые стороны предприятия в изменяющейся среде. И на основе полученных результатов предприятие должно внести изменения в выбранную стратегию. Выявить и соотнести между собой ограничения и возможности, сильные и слабые стороны предприятия поможет SWOT- анализ.

Таблица 3

SWOT- анализ

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

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

**6. План маркетинга**

*6.1 Маркетинговая стратегия*

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

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

 *6.2 Ценовая политика*

При анализе ценообразования необходимо учитывать:

- себестоимость товара,

- цены конкурентов на аналогичные товары или товары заменители,

- цену, определяемую спросом на данный товар.

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

*6.3 Реклама*

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

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

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

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

**7.Производственный план**

 Кофейня «Клеопатра» располагает помещением площадью 70 кв.м по адресу Карла Маркса, д. 57, ТРК «Космос». Договор аренды, заключаемый на 5 лет, включает в себя расходы по коммунальным платежам.

 Поставщиками фирмы будут являться:

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

 Все поставщики фирмы будут расположены в Тольятти.

Основным видом деятельности ООО « Мокко» является реализация кофейных напитков.

Процесс реализации кофейных напитков состоит из следующих действий:

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

Процесс приготовления чашечки кофе составляет 2-3 минуты.

**Оборудование**

 Для реализации продукции будет использоваться следующее оборудование:

Таблица 4

Оборудование

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Наименование оборудования*** | ***Количество единиц,*** ***шт.*** | ***Цена за единицу,******руб.*** |
|  Кофе-машина | 1 | 21300 |
|  Обмягчитель воды (с фильтром) | 1 |  10000 |
|  Кофемолка | 1 | 3000 |
| Кассовый аппарат | 1 | 4000 |
| Компьютер | 1 | 24000 |
| Барная стойка | 1 | 5000 |
| Стол | 40 | 2500 |
| Угловой диван | 7 | 8000 |
| Стулья | 100 |  1500 |
| Кофейные чашечки |  100 | 300 |
| Сплит-система | 1 | 12000 |
| Музыкальная система | 1 | 20000 |
| **ИТОГО:** | **-** |  **435300** |

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

**Производственные мощности**

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

**Структура издержек**

В нашей кофейне предполагаются следующие виды издержек обращения:

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

**8. Организационный план**

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

Руководство деятельностью предприятия будет осуществлять директор.

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

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

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

***Бухгалтер*** осуществляет операции по приему, учету, выдаче и хранению денежных средств.Онявляется материально-ответственным лицом, следит за работой и правильным ведением документации. Бухгалтер должен организовать и осуществлять бухгалтерский учет, проверять достоверность получаемой информации, контролировать соблюдение законности при расходовании денежных и материальных ресурсов. Осуществляет учет поступающих денежных средств, товарно-материальных ценностей, основных средств и своевременное отражение на соответствующих бухгалтерских счетах операций, связанных с их движением, а также учет издержек производства и обращения, исполнение смет расходов. Образование высшее, знание навыков бухгалтерского учета в торговле. Опыт работы от 2-х лет.

????????

 ?????????????

?????????

??????

????????

????????

Рис. 1 Схема организационной структуры предприятия.

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

Таблица 5

Численность персонала

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Специальность** | **Количество,****чел.** | **Заработная плата в месяц, руб.** |
| Основной персонал |
|  Кассир | 1 | 7000 |
|  Бармен | 1 | 9000 |
| Вспомогательный персонал |
| Официант | 6 |  6000 |
| Уборщица | 2 | 4000 |
| Управленческий персонал |
|  Бухгалтер | 1 | 10000 |
| Директор | 1 | 15000 |
| **Итого** | **12** | **85000** |

Режим работы ООО « Мокко» с 9.00 до 21.00 часов.

**Срок расчета бизнес – плана – 5 лет.**

ООО « Мокко» планирует продавать 61200 изделий каждый год

Таблица 6

Выручка от реализации продукции

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Объем продаж:* «капуччино»
* «экспрессо»
 |  | 3600025200 | 3600025200 | 3600025200 | 3600025200 | 3600025200 |
| Выручка от реализации (тыс. руб.): -«капуччино»-«экспрессо» |  | 32401764 | 32401764 | 32401764 | 32401764 | 32401764 |
| **Итого (в тыс. руб)** |  | **5004** | **5004** | **5004** | **5004** | **50** |

Таблица 7

 Расчет материальных затрат

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  Показатели | Значение  | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1.Норма расхода (в кг.)-зерна кофе-молоко-сахар | 0,020,150,03 |  |  |  |  |  |  |
| 2.Затраты на весь выпуск (в кг.)-зерна кофе-молоко-сахар |  | 122454001836 | 122454001836 | 122454001836 | 122454001836 | 122454001836 | 122454001836 |
| 3.Цены в руб. за кг.-зерна кофе-молоко-сахар | 12001521 |  |  |  |  |  |  |
| 4.Материальные затраты (в тыс.руб.)-зерна кофе-молоко-сахар |  | 14688139 | 14688139 | 14688139 | 14688139 | 14688139 | 14688139 |
| **5. итого материальных затрат** |  | 1588 | 1588 | 1588 | 1588 | 1588 | 1588 |

Таблица 8

Расчет зарплаты и ЕСН (в руб.)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | значения | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Численность персонала:- основного- вспомогательного- управленческого |  | 282 | 282 | 282 | 282 | 282 |
| Средняя зарплата:- основного- вспомогательного- управленческого | 130003600020000 |  |  |  |  |  |
| Затраты на оплату труда в год:- основного- вспомогательного- управленческого |  | 156000432000240000 | 156000432000240000 | 156000432000240000 | 156000432000240000 | 156000432000240000 |
| Итого зарплата персонала в год |  | 828000 | 828000 | 828000 | 828000 | 828000 |
| ЕСН | 26 % | 215280 | 215280 | 215280 | 215280 | 215280 |
| Зарплата с ЕСН |  | 1043280 | 1043280 | 1043280 | 1043280 | 1043280 |

Таблица 9

Расчет годовых амортизационных отчислений

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

Необходимый размер инвестиций = 435300+15%\*435300=

=435300+65295=500595 руб.

Таблица 10

Издержки обращения (в тыс. руб.)

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

Таблица 11

Расчет стоимости основных средств по годам с учетом износа

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Стоимость оборудования на начало года, руб. |  | 435300 | 391770 | 348240 | 304710 | 261180 |
| Остаточная стоимость оборудования на конец года, руб. |  | 391770 | 348240 | 304710 | 261180 | 217650 |

Таблица 12

Расчет налога на имущество

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

**9. Финансовый план**

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

Таблица 13

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

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

Таблица 14

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

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1.Операционная деятельность:- выручка от реализации продукции- внереализационные доходы- операционные затраты- налоги: налог имущество налог на прибыль- проценты по кредитам | ----- | +5004--2848,8-9,097-515,06 | +5004--2848,8-8,14-515,29 | +5004--2848,8-7,182-515,52 | +5004--2848,8-6,224-515,75 | +5004+217,65- 2848,8-5,267-568,22 |
| Итого по разделу 1 | - | +1631,04 | +1631,77 | +1632,49 |  +1633,22 | +1799,36 |
| 2.Инвестиционная деятельность:- прирост постоянных активов- прирост потребности в оборотном капитале | - 435,3- 65,29 |  |  |  |  |  |
| Итого по разделу 2 | - 500,6 | - | - | - | - | - |
| 3.Финансовая деятельность: - учредительный капитал- привлечение кредитов- акционерный капитал- выплата долга по кредиту- дивиденды | + 200 |  |  |  |  |  |
| Итого по разделу 3 | +200 | - | - | - | - | - |
| 4.Размер свободных денежных средств | -300,6 | +1631,1 | +1631,77 | +1632,49 |  +1633,22 | +1799,36 |
| 5.Накопленные свободные денежные средства | -300,6 |  +1330,5 | + 2962,3 | +4594,8 | +6227,9 | +8027,34 |
| 6.Потребность в средствах | +300,6 | - | - | - | - | - |

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

Таблица 15

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

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | значение | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Выручка от реализации |  | +5004 | +5004 | +5004 | +5004 | +5004 |
| Издержки обращения |  | -**2848,8** | -**2848,8** | -**2848,8** | -**2848,8** | -**2848,8** |
| Внереализационные доходы |  | - | - | - | - | + 217,65 |
|  |  |  |  |  |  |  |
| Внереализационные расходы:- проценты за кредит- налог на имущество |  | - 63,2-9,097 | -31,6- 8,14 | - 7,182 | - 6,224 | -5,267 |
| Налогооблагаемая прибыль |  | + 2082,9 | +2115,5 | +2148,02 | +2148975 | +2367582 |
| Налог на прибыль | 24% | -499,8 | -507,7 | -515,52 | -515,75 | -568,22 |
| **Чистая прибыль** |  |  **1583,1** | **1607,8** | **1632,49** | **1633,22** | **1799,36** |

Таблица 16

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

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели | 0 год | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1.Операционная деятельность:- выручка от реализации продукции- внереализационные доходы- операционные затраты- налоги: налог имущество налог на прибыль- проценты по кредитам | ----- | +5004--2848,8-9,097- 499,8- 63,2 | +5004--2848,8-8,14- 507,7-31,6 | +5004--2848,8-7,182-515,52 | +5004--2848,8-6,224-515,75 | +5004+217,65- 2848,8-5,267-568,22 |
| Итого по разделу 1 | - |  **+1583,1** | **+1607,8** | +1632,5 |  +1633,22 | +1799,36 |
| Продолжение таблицы 142.Инвестиционная деятельность:- прирост постоянных активов- прирост потребности в оборотном капитале | - 435,3- 65,29 |  |  |  |  |  |
| Итого по разделу 2 | -500,6 | - | - | - | - | - |
| 3.Финансовая деятельность: - учредительный капитал- привлечение кредитов- акционерный капитал- выплата долга по кредиту- дивиденды | +200+301 |  -150,5 | -150,5 |  |  |  |
| Итого по разделу 3 | +501 | -150,5 | -150,5 | - | - | - |
| 4.Размер свободных денежных средств | 1 | + 1583,1 | +1607,8 | +1632,5 |  +1633,22 | +1799,36 |
| 5.Накопленные свободные денежные средства | 1 | +1584,1 | +3191,9 | +4824,4 | +6457,62 | +8256,98 |

Таблица 17

Экономическая эффективность проекта

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| показатели |  0 год  | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год  | 5 год |
| Поступления денежных средств:- выручка от реализации- внереализационные доходы | -- | +5004- | +5004- | +5004- | +5004- | +5004+217,65 |
| Итого поступления |  | +5004 | +5004 | +5004 | +5004 | +5221,65 |
| Платежи:- налоги  на имущество на прибыль- операционные затраты- инвестиционная деятельность | ----500,6 | -9,097-499,8-2848,8 | -8,14-507,7-2848,8 | -7,182-515,52-2848,8 | -6,224515,75-2848,8 | -5,267-568,22-2848,8 |
| Итого платежи |  -500,6 | -3357,7 | -3364,6 | -3371,5 | -3370,8 | -3422,3 |
| Чистый доход | - 500,6 | +1646,3 | +1639,4 | +1632,5 | +1633,2 | +1799,35 |
| Накопленный чистый доход | -500,6 | +1145,7 | +2785,1 | +4417,6 | +6050,8 | +7850,2 |
| Коэффициент дисконтирования (Е=13,5%) | 1 | 0,881 | 0,777 | 0,684 | 0,603 | 0,532 |
| ЧДД | -500,6 | +1009,4 | +2164,0 | +3021,6 | +3648,6 | +4176,3 |
| Накопленный ЧДД | -500,6 | +508,8 | +2672,8 | +5694,4 | +9343 | +13519,3 |
| Коэффициент дисконтирования (30%) | 1 | 0,769 | 0,592 | 0,455 | 0,350 | 0,269 |
| ЧДД | -500,6 | +1266 | +970,5 | +742,7 | +571,6 | +484 |
| Накопленный ЧДД | -500,6 | 765,4 | +1735,9 | +2478,6 | +3050,2 | +3534,2 |

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

***Срок окупаемости***

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

**10. Оценка рисков**

При реализации данного проекта возможны следующие риски:

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

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

Меры по сокращению риска:

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

***Внутренняя норма дохода (ВНД)***

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

Рис.2 Внутренняя норма дохода

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

***Точка безубыточности (ТБУ)***

Расчет точки безубыточности состоит из нескольких этапов:

1. Определение доли каждого товара в общем объеме продукции.

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

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

1. Расчет общей ТБУ для всей продукции.

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

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

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

ТБУ общая =

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

ТБУ «капуччино» =

ТБУ «экспрессо» =

Определение диапазона безопасности (ДБ).

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

ДБ =

 Таким образом, диапазон безопасности составляет

**Заключение**

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

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

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

**Список литературы**

 1. Акуленок Д.Н. и др., Бизнес-план фирмы. М.,1997

 2. Бизнес-план. Методические материалы. Издание второе,

дополненное. Под редакцией профессора Р. Г. Маниловского. 2000г.

 3.Горемыкин В.А.,Богомолов А.Ю. Планирование предпринимательской деятельности предприятия. М., 1997

 4.Дмитриев Ю.А., Гутман Г.В., Краев В.Н. Бизнес - план/структура, содержание/. Методические указания к разработке - М: Финансы и статистика, 2000г.

 5.Маниловский Р. Г., Бизнес – план, М., Финансы и статистика, 2001г.

 6.Пелих А. С., Малые предприятия, М., Гардарика, 2001г.

 7.Сборник бизнес-планов. Отечественный и зарубежный опыт. Современная практика и документация. Учебно-практическое пособие. Под общей редакцией академика В. М. Попова, 2001г.

 8.Уткин Э. А., Бизнес – план, М., Тандем, 2002г.